

Candidate Communication Strategies in the 2024 Aceh Regional Election Debates: Content Analysis Based on Benoit's Functional Theory

Strategi Komunikasi Kandidat dalam Debat Pilkada Aceh 2024: Analisis Isi Berbasis Teori Fungsional Benoit

Novi Nurdiyanti\*, Kunto Adi Wibowo, Ikhsan Fuady, Detta Rahmawan  
Universitas Padjadjaran, Sumedang, Indonesia  
e-mail: [ovi23001@mail.unpad.ac.id](mailto:ovi23001@mail.unpad.ac.id) (corresponding author)

Article Info	Abstract
<p><b>Article history:</b></p> <p><b>Submitted</b> June 20, 2025</p> <p><b>Revised</b> December 25, 2025</p> <p><b>Accepted</b> December 30, 2025</p>	<p><i>Public debates are an important instrument in the political campaign process, including in the context of regional head elections (Pilkada). This study stems from the importance of understanding the communication strategies used by candidates in the 2024 Aceh Pilkada public debates. The issues raised are how speech functions and discussion topics are used in candidate communication, and to what extent William L. Benoit's functional theory is relevant in this context. Benoit's functional theory divides rhetorical functions into three main categories: acclaim (praise), attack, and defense, as well as two major topics, namely policy and personal qualities. This study uses a quantitative approach with content analysis of 266 speech units in three debate sessions organized by the Aceh Independent Election Commission (KIP). The results show that there is no significant difference between the frequency of use of acclaim and attack, indicating that candidates' communication strategies tend to be responsive and confrontational. Meanwhile, policy topics were significantly more dominant than personal character, indicating that candidates emphasized the substance of their work programs rather than personal aspects. These findings reinforce the need to adapt political communication theory to the local context.</i></p> <p><b>Keywords:</b> Aceh Regional Elections, Content Analysis, Functional Theory</p>
	<p><b>Abstrak</b></p> <p>Debat publik merupakan salah satu instrumen penting dalam proses kampanye politik, termasuk dalam konteks Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada). Penelitian ini berangkat dari pentingnya memahami strategi komunikasi yang digunakan oleh kandidat dalam debat publik Pilkada Aceh 2024. Permasalahan yang diangkat adalah bagaimana fungsi ujaran dan topik pembahasan digunakan dalam komunikasi kandidat, serta sejauh mana teori fungsional William L. Benoit relevan dalam konteks ini. Teori fungsional Benoit membagi fungsi retorik menjadi tiga kategori utama: acclaim (pujian), attack (serangan), dan defense (pembelaan), serta dua topik besar yaitu policy (kebijakan) dan personal qualities (kualitas pribadi). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis isi terhadap 266 unit ujaran dalam tiga sesi debat yang</p>

---

diselenggarakan oleh Komisi Independen Pemilihan (KIP) Aceh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan antara frekuensi penggunaan *acclaim* dan *attack*, menandakan bahwa strategi komunikasi kandidat cenderung bersifat responsif dan konfrontatif. Sementara itu, topik kebijakan secara signifikan lebih dominan dibanding karakter pribadi, yang menunjukkan bahwa kandidat lebih menekankan substansi program kerja ketimbang aspek personal. Temuan ini memperkuat perlunya adaptasi teori komunikasi politik dalam konteks lokal.

**Kata Kunci:** Analisis Isi, Pilkada Aceh, Teori Fungsional

---

## **PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan negara demokrasi yang dalam sistem politiknya memberi ruang partisipasi langsung kepada rakyat dalam menentukan pemimpin, baik di tingkat nasional maupun daerah. Sistem pemilihan umum (Pemilu) telah diselenggarakan secara periodik enam kali setelah memasuki Era Reformasi tahun 1998, pemilu tersebut diselenggarakan pada tahun 1999, 2004, 2009, 2014, dan 2024. Selain pemilihan umum, salah satu wujud dari partisipasi langsung tersebut adalah penyelenggaraan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada). Dalam Pilkada terdapat dua kali pemilihan yang terdiri dari Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati, serta Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota. Pilkada ini diselenggarakan serentak di beberapa daerah di Indonesia.

Pilkada tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas prosedural dalam sistem elektoral, tetapi juga memainkan peran strategis dalam mewujudkan tata kelola pemerintahan daerah yang transparan, bertanggung jawab, dan sesuai dengan aspirasi masyarakat. Dalam konteks demokrasi ditingkat daerah, pemilihan kepala daerah menjadi sarana penting bagi warga untuk mengevaluasi kinerja pejabat petahana serta memilih calon pemimpin yang dinilai lebih kompeten dan berintegritas (Moento, Fitriani & Maturan, 2019). Oleh karena itu, kualitas komunikasi politik yang terbangun selama proses Pilkada sangat menentukan efektivitas partisipasi publik dan kematangan demokrasi.

Dalam proses Pilkada, salah satu metode kampanye yang digunakan untuk memperkenalkan visi, misi, dan program kerja pasangan calon kepada masyarakat adalah debat publik. Debat publik juga merupakan salah satu instrumen komunikasi politik yang krusial dalam proses Pilkada. Secara normatif, debat antar pasangan calon diatur dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Nomor 23 Tahun 2018 Pasal 1 Ayat 21, Kampanye Pemilu yang selanjutnya disebut Kampanye adalah kegiatan Peserta Pemilu atau pihak lain yang ditunjuk oleh Peserta Pemilu untuk meyakinkan Pemilih dengan menawarkan visi, misi, program, dan/atau citra diri Peserta Pemilu. Lebih lanjut, Pasal 23 ayat 1 PKPU tersebut menjelaskan bahwa salah satu metode kampanye yang difasilitasi oleh KPU adalah debat publik pasangan calon, yang bertujuan menyampaikan visi, misi, dan program kerja kepada publik secara terbuka dan setara.

Dalam studi komunikasi politik, debat dipandang sebagai arena pertarungan retorik yang mencerminkan dinamika kekuasaan dan strategi persuasi kandidat di hadapan publik (Hart & Jarvis, 1997). Menurut Ismawati (2012), debat pada dasarnya adalah ajang adu argumentasi antara individu atau kelompok dengan tujuan memenangkan dukungan dari audiens. Setiap peserta berusaha melemahkan argumen lawan agar posisinya dianggap lebih unggul. Debat bukan hanya soal substansi program, tetapi juga strategi komunikasi yang digunakan oleh para kandidat untuk tampil meyakinkan di hadapan publik. Dalam hal ini, kemampuan

---

kandidat untuk menyampaikan ide secara persuasif, merespons kritik, serta membangun citra diri menjadi sangat penting.

Dalam era digital, bentuk debat kini tidak hanya di hadapan audiens langsung, tetapi menyebar luas melalui platform seperti YouTube, video debat tersebut dapat memicu diskursus publik dan meningkatkan partisipasi politik yang dapat memengaruhi persepsi dan keputusan masyarakat luas (Auliya, Nasiwan & Perdana, 2024).

Lebih lanjut dalam penelitian Holbrook (1999) menemukan bahwa debat publik memiliki fungsi edukatif yang penting dalam masyarakat demokratis. Dalam penelitiannya, pemilih yang mengikuti debat memperoleh informasi yang lebih kaya mengenai posisi kandidat, isu-isu kebijakan, dan perbedaan visi di antara para pasangan calon. Bahkan, Holbrook mencatat bahwa debat memiliki dampak terbesar bagi pemilih yang sebelumnya memiliki tingkat pengetahuan politik yang rendah, sehingga turut mempersempit kesenjangan informasi dalam masyarakat.

Temuan Holbrook tadi menunjukkan bahwa debat publik bukan hanya tontonan politik semata, tetapi juga sarana pembelajaran yang bermanfaat, terutama bagi pemilih yang sebelumnya kurang memahami isu-isu kampanye. Namun, fungsi debat tidak berhenti sampai di sana. McKinney dan Carlin (2004) menjelaskan bahwa debat juga bisa membuat pemilih merasa lebih terlibat dalam proses politik. Dengan menyaksikan kandidat saling beradu gagasan secara terbuka, publik jadi lebih percaya bahwa pemilu berjalan secara adil dan transparan. Bahkan, debat dapat mengurangi rasa apatis atau sinis terhadap politik karena masyarakat merasa punya akses langsung untuk menilai para calon secara setara. Artinya, selain membantu pemilih memahami isi kampanye, debat juga memperkuat keyakinan bahwa sistem demokrasi bekerja sebagaimana mestinya.

William L. Benoit (2001) seorang pakar komunikasi politik mengembangkan teori fungsional kampanye (*functional theory of political campaign discourse*) yang menjelaskan bahwa komunikasi kampanye dalam debat umumnya mencakup tiga fungsi utama, yaitu: *acclaim* (pujian terhadap diri sendiri), *attack* (serangan terhadap lawan), dan *defense* (pembelaan terhadap serangan). Fungsi *acclaim* biasanya digunakan kandidat untuk menonjolkan sisi positif dari diri mereka seperti prestasi, visi, atau program unggulan. Di sisi lain, fungsi *attack* digunakan untuk menyoroti kelemahan atau kegagalan lawan. Fungsi yang terakhir adalah *defense* yang muncul ketika kandidat mencoba meluruskan tuduhan atau kritik yang ditujukan kepadanya. Ketiga fungsi ini digunakan untuk menyampaikan pesan politik, memperkuat posisi kandidat, dan mempengaruhi persepsi pemilih. Strategi penggunaan fungsi ujaran ini sangat menentukan dalam membentuk citra positif atau negatif di mata masyarakat. Jika pemilih memiliki kemampuan untuk mengevaluasi isi dan penyampaian debat secara kritis, maka mereka dapat membuat keputusan politik yang lebih rasional (Benoit, 2001).

Benoit (2003) menganalisis debat pemilu presiden di Amerika Serikat dan menemukan bahwa kandidat lebih sering menggunakan fungsi *acclaim* dibanding *attack* atau *defense*. Selanjutnya, Benoit (2007) menjelaskan bahwa pemilihan strategi sangat bergantung pada posisi politik kandidat. Kandidat yang merasa unggul cenderung lebih sering menggunakan *acclaim* karena lebih aman dan tidak menimbulkan kontroversi. Sebaliknya, kandidat yang bukan petahana biasanya lebih agresif dengan *attack*.

Selain fungsi ujaran, hal lain yang tak kalah penting untuk dianalisis dalam debat politik adalah topik yang diangkat. Benoit, Pier, dan Blaney (1997) menyebut bahwa isi debat kandidat umumnya terbagi menjadi dua kategori besar, yakni *policy* (kebijakan) dan *personal qualities* (kualitas pribadi). Topik *policy* (kebijakan)

mencerminkan perhatian kandidat terhadap isu-isu struktural yang berhubungan langsung dengan kepentingan publik seperti ekonomi, pendidikan, kesehatan, dan tata kelola pemerintahan. Di sisi lain, topik *personal qualities* (kualitas pribadi) lebih menekankan pada kredibilitas, integritas, atau rekam jejak kandidat.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah memberikan dasar kuat bagi formulasi hipotesis dalam studi ini. Salah satunya adalah meta-analisis yang dilakukan oleh Benoit (2014a), yang menunjukkan bahwa strategi *acclaim* merupakan fungsi yang paling umum digunakan dalam berbagai konteks kampanye politik, termasuk dalam debat, iklan, dan pidato kandidat. Hal ini disebabkan oleh berbagai pertimbangan strategis. Misalnya, serangan (*attack*) dinilai memiliki risiko *backlash* atau dampak negatif bagi kandidat, sehingga cenderung dihindari, terutama oleh kandidat yang sedang unggul dalam survei atau yang menjabat sebagai petahana. Sebaliknya, kandidat penantang atau mereka yang tertinggal biasanya lebih sering menggunakan strategi menyerang untuk mengganggu dominasi lawan.

Penelitian lain mengonfirmasi bahwa faktor seperti posisi kandidat, status sebagai petahana atau penantang, serta tingkat kompetisi politik dapat memengaruhi seberapa sering strategi *attack* digunakan (Damore, 2002; Ridout & Holland, 2010; Maier & Jansen, 2015). Selain itu, semakin dekat hari pemilihan, intensitas serangan juga cenderung meningkat. Namun, secara keseluruhan, *acclaim* tetap menjadi fungsi yang paling dominan karena sifatnya yang membangun dan lebih aman secara retorik (Benoit, 2014a; Geer, 2006). Berdasarkan temuan-temuan tersebut, penelitian ini mendasarkan prediksi pertamanya pada kecenderungan umum bahwa kandidat dalam debat politik akan lebih banyak menggunakan pujian terhadap diri sendiri daripada menyerang lawan.

Sementara itu, dalam hal topik yang diangkat, penelitian juga menunjukkan kecenderungan bahwa kandidat lebih banyak membahas isu *policy* (kebijakan) daripada *personal qualities* (kualitas pribadi). Benoit (2003) mencatat bahwa meskipun media dan jurnalis kerap menyoroti aspek karakter dalam liputan politik, kandidat justru lebih sering berbicara mengenai kebijakan, seperti program kerja, agenda ekonomi, dan isu-isu publik lainnya. Hasil ini diperkuat oleh penelitian Benoit dan rekan-rekannya (Benoit, Hemmer, & Stein, 2010) yang menunjukkan bahwa media lebih sering mengangkat aspek karakter dibandingkan frekuensi kandidat sendiri membahasnya.

Penekanan pada topik kebijakan juga tercermin dalam preferensi pemilih. Survei opini publik di Amerika Serikat menunjukkan bahwa mayoritas pemilih menilai kebijakan sebagai faktor yang lebih penting dibandingkan karakter dalam menentukan pilihan mereka (Hofstetter, 1976; King, 2002). Bahkan, dalam analisis terhadap hasil pemilu, kandidat yang menang diketahui lebih sering berbicara mengenai isu *policy* (kebijakan) daripada *personal qualities* (kualitas pribadi) (Benoit, 2003). Meskipun ada persepsi bahwa karakter merupakan unsur penting dalam memilih pemimpin, data empiris menunjukkan bahwa isu kebijakan tetap menjadi pusat perhatian dalam komunikasi kampanye.

Dalam konteks pemilihan kepala daerah di Indonesia, dinamika debat publik tidak selalu berlangsung seragam di setiap wilayah. Salah satu daerah yang memiliki karakteristik berbeda dibandingkan daerah lain di Indonesia adalah Aceh. Aceh merupakan daerah dengan kekhususan politik yang diakui secara konstitusional melalui status daerah istimewa dan otonomi khusus. Selain itu, pengalaman tata kelola pascakonflik membentuk ekspektasi publik terhadap isu-isu kebijakan yang dibahas dalam debat. Kondisi tersebut menjadikan agenda seperti pengelolaan dana otonomi khusus, pembangunan pascakonflik, tata kelola pemerintahan daerah, serta relasi antara pemerintah daerah dan pemerintah pusat sebagai isu yang

sensitif dan strategis. Oleh karena itu, debat Pilkada Aceh tidak hanya berfungsi sebagai forum kampanye elektoral, tetapi juga sebagai ruang artikulasi kepentingan politik lokal yang penting untuk dianalisis.

Meskipun Teori Fungsional Benoit telah banyak digunakan dalam studi komunikasi kampanye politik, sebagian besar penelitian fokus pada pemilu nasional, khususnya debat presiden di negara Barat, dan masih minim penelitian kuantitatif di tingkat lokal Indonesia. Studi yang secara sistematis mengkaji pola fungsi ujaran dan topik debat pada Pilkada provinsi, terutama di Aceh, masih sangat terbatas. Penelitian ini berkontribusi secara teoretis dengan menguji relevansi dan adaptasi Teori Fungsional Benoit di konteks Pilkada Aceh, serta secara praktis memberikan gambaran empiris strategi komunikasi kandidat sebagai rujukan bagi penyelenggara debat, kandidat, dan pemilih dalam meningkatkan kualitas komunikasi politik di tingkat daerah.

Berdasarkan temuan sebelumnya mengenai fungsi ujaran dan topik debat dalam studi komunikasi politik, serta konteks spesifik Pilkada Aceh, penelitian ini merumuskan dua hipotesis utama untuk menguji pola strategi komunikasi kandidat:

H1: Pernyataan pujian (*acclaim*) akan lebih sering digunakan dibandingkan dengan serangan (*attack*).

H2: Para kandidat akan lebih sering membahas *policy* (kebijakan) daripada *personal qualities* (kualitas pribadi).

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis isi untuk mengidentifikasi dan mengkategorikan strategi komunikasi politik yang digunakan oleh para kandidat dalam debat publik Pilkada Aceh 2024. Pendekatan ini dipilih karena mampu mengungkap pola retorik secara objektif, sistematis, dan terukur, serta relevan untuk menganalisis isi pesan verbal dalam konteks komunikasi politik (Krippendorff, 2013).

Sumber data penelitian berasal dari transkrip debat publik resmi yang diselenggarakan oleh Komisi Independen Pemilihan (KIP) Aceh pada tahun 2024. Data diperoleh dari tiga video debat yang dipublikasikan secara daring melalui kanal resmi penyelenggara atau media mitra, kemudian ditranskripsikan secara verbatim untuk keperluan analisis isi. Dari ketiga debat tersebut, debat pertama dan kedua masing-masing terdiri atas enam segmen, sementara debat ketiga hanya mencakup satu segmen karena dihentikan oleh KIP akibat terjadinya keributan.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah setiap ujaran atau pernyataan lengkap yang disampaikan oleh kandidat selama debat. Satu unit analisis didefinisikan sebagai segmen tuturan yang mengandung satu fungsi retorik atau satu maksud komunikatif yang utuh. Pemisahan unit dilakukan berdasarkan pergantian giliran bicara serta jeda makna dalam tuturan, sehingga setiap unit merepresentasikan satu argumen atau respons yang dapat diidentifikasi dan dikode secara mandiri. Berdasarkan kriteria tersebut, jumlah keseluruhan unit analisis yang dikodekan dalam penelitian ini adalah 266 unit.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui pencatatan sistematis terhadap setiap pernyataan dalam transkrip debat. Data kemudian dikodekan menggunakan *coding sheet* yang mencakup enam variabel utama. (1) Variabel demografi kandidat digunakan untuk mengidentifikasi pasangan calon yang menyampaikan ujaran dalam debat. (2) Variabel fungsi ujaran (*function*) mengklasifikasikan pernyataan ke dalam *acclaim*, yaitu pernyataan positif yang mempromosikan diri, pasangan, atau kinerja kebijakan; *attack*, yaitu pernyataan yang mengkritik lawan politik pada



aspek kebijakan atau karakter; serta *defense*, yaitu pernyataan yang muncul sebagai respons terhadap serangan lawan. (3) Variabel topik (*topic*) dibedakan menjadi *policy*, yang mencakup kebijakan publik, visi-misi, dan solusi atas masalah publik, serta *personal qualities*, yang mencakup karakter, pengalaman, gaya kepemimpinan, serta nilai dan prinsip kandidat. (4) Topik *policy* selanjutnya diklasifikasikan ke dalam *past deeds* dan *future plans*, sedangkan (5) *personal qualities* dibagi menjadi kemampuan kepemimpinan serta nilai dan prinsip. (6) Strategi *defense* dikodekan lebih lanjut ke dalam *denial*, *defeasibility*, *shift blame*, *transcendence*, dan *differentiation*.

Dalam proses pengodean, setiap unit analisis hanya dapat diklasifikasikan ke dalam satu kategori utama atau tidak diklasifikasikan sama sekali. Pada variabel fungsi ujaran, kategori *tidak ada* digunakan ketika suatu pernyataan tidak menunjukkan karakteristik *acclaim*, *attack*, maupun *defense* sebagaimana didefinisikan dalam Teori Fungsional Benoit. Prinsip yang sama diterapkan pada variabel topik, di mana kategori *tidak ada* merujuk pada pernyataan yang tidak membahas isu kebijakan (*policy*) maupun kualitas personal kandidat (*personal qualities*). Selain itu, subkategori pada variabel *policy* (*past deeds* dan *future plans*), *personal qualities*, serta strategi *defense* hanya dikodekan apabila pernyataan terlebih dahulu memenuhi kriteria kategori utama yang relevan. Pendekatan ini diterapkan untuk menjaga konsistensi pengodean dan mencegah pemaksaan klasifikasi terhadap ujaran yang tidak sesuai dengan kerangka analisis.

Sebelum proses pengodean penuh dilakukan, tiga orang coder terlebih dahulu mengikuti pelatihan singkat mengenai penggunaan *coding book*. Pengodean kemudian dilakukan secara independen oleh para coder, dan apabila terdapat perbedaan hasil pengodean, penyelesaiannya dilakukan melalui diskusi hingga mencapai kesepakatan bersama. Untuk menjamin kualitas dan konsistensi data, penelitian ini menerapkan uji reliabilitas antar-coder (*intercoder reliability*). Sampel uji reliabilitas dilakukan terhadap 20% dari total unit analisis. Pengujian reliabilitas menggunakan koefisien Krippendorff's Alpha melalui aplikasi daring ReCal3. Penggunaan Krippendorff's Alpha mengacu pada standar analisis isi kuantitatif yang menyatakan bahwa nilai koefisien  $\geq 0,70$  menunjukkan tingkat reliabilitas yang dapat diterima (Riffe et al., 2019). Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel utama dalam penelitian ini memiliki tingkat konsistensi yang tinggi, dengan nilai Krippendorff's Alpha sebesar 0,90 untuk variabel *function* dan 0,92 untuk variabel *topic*. Kedua nilai tersebut melampaui batas minimum reliabilitas yang direkomendasikan, sehingga data dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk pengujian hipotesis.

Dalam menjawab pertanyaan penelitian, digunakan uji statistik Chi-square ( $\chi^2$ ) untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang signifikan antarvariabel. Seluruh proses pengolahan dan analisis data statistik dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Table 1.** Distribusi Frekuensi Fungsi Ujaran

No	Fungsi	F	%
1.	Acclaim	23	8.65
2.	Attack	21	7.89
3.	Defense	17	6.39
4.	Tidak ada	205	77.07
Total		266	100

(Source: Olahan peneliti dari SPSS)

Berdasarkan Tabel 1, terlihat bahwa sebagian besar unit ujaran dalam debat tidak mengandung fungsi retorik spesifik (77,07%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pernyataan kandidat bersifat deskriptif, informatif, atau tidak dapat dikategorikan sebagai *acclaim*, *attack*, maupun *defense*. Sementara itu, tiga fungsi utama retorik yang dianalisis muncul dalam proporsi yang relatif kecil. *Acclaim* tercatat sebanyak 8,65%, diikuti *attack* sebesar 7,89%, dan *defense* sebesar 6,39%.

Proporsi tinggi kategori *tidak ada* pada ujaran, yang mencakup lebih dari tiga perempat unit analisis, mengindikasikan bahwa strategi komunikasi persuasif kandidat tidak banyak muncul secara eksplisit dalam debat ini. Dalam kerangka Teori Fungsional Benoit, komunikasi kampanye dipahami sebagai praktik persuasif yang bertujuan membangun preferensi pemilih melalui tiga fungsi utama, yaitu *acclaim*, *attack*, dan *defense*. Teori ini memandang debat politik sebagai arena kompetisi argumentatif, di mana kandidat cenderung membandingkan diri dengan lawan, menonjolkan keunggulan, serta merespons kritik secara eksplisit sebagai bagian dari strategi komunikasi kampanye (Benoit, 2001; Benoit, 2014).

Namun, analisis debat Pilkada Aceh menunjukkan bahwa sebagian besar pernyataan kandidat tidak diarahkan secara langsung untuk membangun citra diri, menyerang lawan, atau membela diri dari kritik. Ujaran-ujaran tersebut umumnya berbentuk penjelasan prosedural, uraian teknis kebijakan, respons normatif terhadap pertanyaan moderator, atau paparan kondisi umum tanpa evaluasi eksplisit terhadap diri sendiri maupun lawan politik. Dalam konteks ini, debat tidak hanya menjadi ajang saling menyerang secara retorik, tetapi juga berfungsi sebagai sarana bagi kandidat untuk menyampaikan informasi dan menjelaskan kebijakan kepada publik, sebagaimana ditunjukkan dalam berbagai penelitian tentang debat politik di sistem demokrasi (Jamieson & Birdsell, 1988; McKinney & Carlin, 2004; Geer, 2006).

Fenomena dominannya ujaran non-fungsional ini tidak dapat dipisahkan dari konteks sosial-politik Aceh. Aceh memiliki sejarah konflik bersenjata yang panjang hingga tercapainya perdamaian melalui perjanjian Helsinki, serta diberi status otonomi khusus yang memberi keleluasaan dalam pengelolaan pemerintahan lokal. Dinamika pasca-konflik membentuk sensitivitas publik terhadap isu-isu politik dan mendorong kehati-hatian dalam komunikasi politik (Rahman et al., 2024). Dalam situasi seperti ini, penggunaan strategi komunikasi yang bersifat agresif, termasuk serangan langsung terhadap lawan maupun penonjolan diri secara berlebihan, berpotensi menimbulkan resistensi publik dan berdampak negatif pada citra kandidat (Geer, 2006; Lau & Pomper, 2009). Oleh karena itu, penggunaan bahasa yang aman, moderat, dan informatif tampak sebagai strategi adaptif yang rasional bagi kandidat di Aceh, mengingat sejarah konflik panjang dan dinamika pasca-perdamaian di daerah ini.

Selain faktor sosial-politik, struktur dan format debat yang ditetapkan oleh Komisi Independen Pemilihan (KIP) Aceh turut memengaruhi cara kandidat berkomunikasi. Pertanyaan debat yang bersifat tematik dan berfokus pada isu substantif mendorong kandidat untuk memberikan jawaban yang lebih bersifat penjelasan kebijakan dan pemaparan program. Dalam format seperti ini, kesempatan untuk menyampaikan pujian diri, menyerang lawan, atau membela diri secara langsung menjadi lebih terbatas. Oleh karena itu, tingginya proporsi kategori *tidak ada* mencerminkan pengaruh desain debat dan pilihan strategi komunikasi kandidat.

Temuan ini memperluas pembacaan Teori Fungsional Benoit dengan menekankan perlunya kerangka yang lebih fleksibel, yang tidak hanya mengidentifikasi fungsi retorik eksplisit, tetapi juga mempertimbangkan kapan dan

mengapa kandidat memilih untuk tidak menggunakan strategi persuasif secara langsung. Selain itu, intensitas dan distribusi fungsi retorik dapat dipengaruhi oleh konteks politik, institusional, dan kultural, termasuk sejarah konflik, otonomi khusus, dan desain format debat.

**Table 2.** Distribusi Frekuensi Topic

No	Topic	F	%
1.	Policy	161	60.53
2.	Personal Qualities	14	5.26
3.	Tidak ada	91	34.21
Total		266	100

(Source: Olahan peneliti dari SPSS)

Berdasarkan Tabel 2, topik *policy* menjadi kategori yang paling dominan dengan frekuensi 60,53% dari total 266 unit. Kategori ini mencakup pernyataan mengenai keberhasilan program, rencana kerja, visi-misi, kebijakan, komitmen, dan tujuan umum kandidat. Dominasi *policy* menunjukkan bahwa para kandidat dalam debat Pilkada Aceh 2024 lebih banyak memfokuskan komunikasi mereka pada isu-isu substantif yang berkaitan langsung dengan tata kelola pemerintahan dan agenda pembangunan daerah.

Sebaliknya, topik *personal qualities* hanya muncul sebesar 5,26%. Ujaran yang masuk dalam kategori ini berisi penekanan pada keunggulan pribadi, pengalaman, gaya kepemimpinan, kredibilitas, atau integritas kandidat. Frekuensi yang rendah ini menunjukkan bahwa aspek karakter personal tidak menjadi isu yang secara eksplisit diutamakan dalam penyampaian pesan debat. Kandidat tampaknya lebih memilih menampilkan kompetensi melalui kebijakan daripada membangun citra diri secara langsung.

Selain itu, 34,21% ujaran dikategorikan sebagai tidak ada, yaitu pernyataan yang tidak menunjukkan salah satu dari kedua topik utama, biasanya bersifat netral, prosedural, atau tidak relevan dengan kerangka *policy* maupun *personal qualities*.

**Table 3.** Hasil Uji Chi-Square

Variable yang Diuji	$\chi^2$	df	p-value	Keterangan
Acclaim dan Attack	0.091	1	0.763	Tidak signifikan
Policy dan Personal Qualities	123.480	1	<0.001	Signifikan

(Source: Olahan peneliti dari SPSS)

Setelah melihat kecenderungan distribusi frekuensi pada masing-masing kategori, dilakukan uji Chi-square untuk menilai apakah perbedaan tersebut memiliki signifikansi statistik. Pengujian ini relevan karena karakter data bersifat nominal, sehingga dapat mengidentifikasi hubungan antara kategori.

Berdasarkan hasil uji Chi-Square, diperoleh nilai  $\chi^2(1) = 0,091$ ;  $p = 0,763$ . Karena nilai  $p$  lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dengan demikian, hipotesis pertama tidak terbukti secara statistik. Artinya, dalam debat publik Pilkada Aceh 2024, tidak ditemukan perbedaan yang signifikan antara frekuensi penggunaan pernyataan *acclaim* dan *attack* oleh para kandidat.

Temuan ini bertentangan dengan kecenderungan yang ditemukan dalam berbagai penelitian terdahulu. Dalam studi-studi klasik Benoit (1997, 2003, 2007), dijelaskan bahwa kandidat cenderung lebih banyak menggunakan *acclaim* karena



strategi ini bersifat membangun citra positif tanpa risiko menimbulkan resistensi dari pemilih. Dalam analisis debat kampanye presiden AS tahun 1996 dan 2000, *acclaim* mendominasi hampir separuh dari seluruh ujaran debat, diikuti oleh *attack*, sedangkan *defense* merupakan fungsi yang paling jarang digunakan (Benoit et al., 1997; 2003).

Namun, hasil penelitian ini ternyata sejalan dengan temuan Iskandar (2020) yang menganalisis debat Pilpres Indonesia 2019. Dalam penelitiannya, Iskandar menemukan bahwa kandidat tidak terlalu berhasil membangun citra positif diri sendiri melalui strategi *acclaim*. Sebaliknya, strategi *attack* dan *defense* lebih menonjol dan umumnya muncul sebagai respons atas dinamika debat yang berlangsung terbuka dan langsung.

Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks debat politik di Indonesia, strategi komunikasi kandidat cenderung bersifat reaktif dan responsif terhadap lawan, ketimbang membangun narasi pujian terhadap diri sendiri secara konsisten. Pola ini dapat dilihat pada debat Pilkada Aceh 2024, misalnya ketika Paslon 1 ditanya mengenai tata kelola tetapi jawaban mereka melenceng ke isu investasi. Paslon 2 merespons secara langsung dengan mengatakan:

*"Tadi ntah saya yang salah entah mereka, yang mereka pertanyakan tadi tata Kelola pemerintah, akhirnya lari ke investasi."*

Ujaran ini menegaskan pola komunikasi yang responsif, di mana kandidat menyesuaikan serangan dengan jawaban lawan, fokus pada isu/kebijakan, dan tetap menghindari kritik personal yang agresif.

Hipotesis berikutnya juga diuji menggunakan Chi-Square, diperoleh nilai  $\chi^2(1) = 123.480$ ;  $p < 0,001$ . Karena nilai  $p$  jauh lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima. Artinya, terdapat perbedaan yang signifikan antara frekuensi pembahasan topik *policy* (kebijakan) dan *personal qualities* (karakter pribadi) dalam debat Pilkada Aceh 2024. Secara statistik, para kandidat secara signifikan lebih sering membahas isu kebijakan daripada karakter pribadi.

Temuan ini mendukung hipotesis penelitian, sekaligus konsisten dengan sejumlah studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa dalam komunikasi kampanye, kandidat cenderung memfokuskan pernyataannya pada isu-isu *policy* (kebijakan) yang dianggap lebih substansial dan relevan bagi pemilih. Benoit (2003) menemukan bahwa baik dalam debat, iklan, maupun pidato, kandidat yang menang cenderung lebih banyak membahas *policy* (kebijakan) dibanding *personal qualities* (karakter pribadi), karena kebijakan dianggap mencerminkan kompetensi teknis dan kapabilitas administratif. Hal ini juga didukung oleh hasil survei opini publik di Amerika Serikat, yang menunjukkan bahwa sebagian besar pemilih lebih mempertimbangkan program kerja dan agenda kebijakan kandidat ketimbang aspek kepribadian (King, 2002; Hofstetter, 1976).

Sementara dalam konteks Indonesia, mengacu kembali pada penelitian Iskandar (2020) yang menganalisis debat calon presiden dan wakil presiden pada Pemilu 2019 dan menyimpulkan bahwa wacana yang dibangun oleh para kandidat lebih berfokus pada isu-isu kebijakan, seperti ekonomi, pendidikan, dan pemerintahan. Ia menyatakan bahwa pernyataan mengenai kualitas personal jarang disampaikan secara eksplisit oleh kandidat, dan lebih sering muncul secara implisit atau sebagai efek dari pernyataan serangan dan pembelaan.

Kesamaan ini menunjukkan bahwa dominasi topik kebijakan dalam debat politik merupakan strategi retorik yang lazim digunakan untuk menampilkan citra rasional dan kapabel di mata pemilih. Hal ini diperkuat oleh temuan berbagai survei

opini publik yang menunjukkan bahwa pemilih, lebih cenderung mempertimbangkan program dan kebijakan ketimbang karakter pribadi kandidat saat menentukan pilihan (King, 2002; Hofstetter, 1976).

Dalam konteks Pilkada Aceh, preferensi kandidat untuk lebih banyak membahas kebijakan dapat pula dijelaskan melalui struktur debat yang difasilitasi oleh KIP (Komisi Independen Pemilihan), di mana moderator dan format pertanyaan mendorong kandidat untuk menjawab isu-isu konkret yang berkaitan langsung dengan tata kelola daerah, pengelolaan dana otsus, pembangunan infrastruktur, hingga pelayanan publik.

Dengan demikian, hasil ini mendukung generalisasi temuan-temuan sebelumnya bahwa topik kebijakan cenderung lebih menonjol dalam komunikasi politik, termasuk dalam debat tingkat lokal seperti Pilkada Aceh. Di sisi lain, temuan ini juga mempertegas bahwa karakter pribadi cenderung tidak menjadi fokus utama dalam forum debat resmi, baik karena sensitivitas isu maupun karena terbatasnya ruang untuk eksplorasi narasi personal dalam format debat yang formal dan terbatas waktu.

## SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa debat publik dalam Pilkada Aceh 2024 menghadirkan dinamika komunikasi politik yang menarik. Dari hasil analisis, ditemukan bahwa para kandidat tidak secara signifikan lebih banyak menggunakan pernyataan pujian (*acclaim*) dibanding serangan (*attack*). Artinya, debat publik Pilkada Aceh 2024 menampilkan strategi komunikasi politik yang didominasi oleh ujaran informatif dan prosedural. Mayoritas pernyataan kandidat justru bersifat informatif, prosedural, atau deskriptif, seperti penjelasan program, visi-misi, atau prosedur, yang tidak termasuk dalam tiga fungsi utama Benoit. Fenomena ini menunjukkan perlunya adaptasi Teori Fungsional Benoit untuk konteks lokal, dengan mempertimbangkan fungsi keempat yang menaungi ujaran non-persuasif namun tetap strategis ini.

Selanjutnya, analisis topik menunjukkan bahwa kandidat lebih sering membahas isu kebijakan (*policy*) daripada karakter pribadi (*personal qualities*), menegaskan bahwa substansi program kerja menjadi fokus utama debat. Temuan ini mendukung relevansi Teori Fungsional Benoit.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan gambaran bahwa strategi komunikasi dalam debat politik sangat dipengaruhi oleh konteks lokal. Meskipun teori fungsional Benoit memberikan kerangka yang kuat, praktik di lapangan menunjukkan bahwa kandidat menyesuaikan gaya komunikasi mereka dengan situasi persaingan dan karakter audiens yang dihadapi, termasuk dengan menyisipkan ujaran non-persuasif yang tetap memiliki fungsi strategis.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini memberikan sejumlah implikasi yang penting bagi berbagai pihak. Bagi penyelenggara Pilkada, hasil penelitian ini bisa jadi masukan untuk menyusun format debat yang lebih efektif. Bagi kandidat, ini bisa menjadi refleksi dalam menyusun strategi komunikasi yang lebih tepat sasaran. Sementara bagi masyarakat, hasil penelitian ini mendorong pentingnya menyimak debat secara kritis sebagai bekal untuk menentukan pilihan.

Ke depan, penelitian ini memiliki potensi untuk dikembangkan lebih luas, baik dengan mengkaji konteks debat di wilayah lain maupun dengan menggabungkan metode penelitian yang berbeda. Dengan demikian, studi semacam ini terus dapat memperkaya pemahaman tentang komunikasi politik sekaligus mendukung peningkatan kualitas demokrasi.

---

---

**REFERENSI**

- Adryani Moento, P., & Yosep Maturan, A. (2019). Strategi Komisi Pemilihan Umum Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Pemilihan Umum. *Societas: Jurnal Ilmu Administrasi & Sosial*, 8(2). <http://ejournal.unmus.ac.id/index.php/societas>
- Auliya, A. N., Nasiwan, N., & Pratama, D. A. (2025). Analysis of political participation and online public discourse on democracy issues during the 2024 presidential election debate on YouTube. *International Journal of Social Service and Research*, 5(1). <https://doi.org/10.46799/ijssr.v5i1.1173>
- Benoit, W. L. (2007). *Communication in political campaigns*. New York, NY: Peter Lang.
- Benoit, W. L. (2014). *Communication in political campaigns* (2nd ed.). Praeger.
- Benoit, W. L. (2014a). *A functional analysis of presidential television advertisements* (2nd ed.). Lanham, MD: Lexington Books.
- Benoit, W. L. (2017). Meta analysis of research on the functional theory of political campaign discourse. *Speaker & Gavel*, 54(1). Retrieved from <https://cornerstone.lib.mnsu.edu/speaker-gavel/vol54/iss1/2/>
- Benoit, W. L., & Harthcock, A. (1999, December 1). Functions of the great debates: Acclaims, attacks, and defenses in the 1960 presidential debates. *Communication Monographs*, 66(4).
- Benoit, W. L., Hemmer, K., & Stein, K. A. (2010). A functional analysis of U.S. Senate campaign discourse. *Speaker & Gavel*, 47(2). Retrieved from <https://cornerstone.lib.mnsu.edu/speaker-gavel/vol47/iss2/1/>
- Benoit, W. L., Leshner, G. M., & Chattopadhyay, S. (2007). A meta analysis of political advertising. *Human Communication*, 10(4).
- Benoit, W. L., Pier, P. M., & Blaney, J. R. (1997). Campaign '96: A functional analysis of acclaiming, attacking, and defending. *Communication Studies*, 48(1).
- Benoit, W. L., Pier, P. M., Brazeal, L. M., McHale, J. P., Klyukovski, A., & Airne, D. (2001). *The primary decision: A functional analysis of debates in presidential primaries* (Vol. 38). London: Praeger.
- Benoit, W. L., McHale, J. P., Hansen, G. J., Pier, P. M., & McGuire, J. P. (2003). *Campaign 2000: A functional analysis of presidential campaign discourse*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Damore, D. F. (2002). Candidate strategy and the decision to go negative. *Political Research Quarterly*, 55(3). <https://doi.org/10.1177/106591290205500309>
- Geer, J. G. (2006). *In defense of negativity: Attack ads in presidential campaigns*. University of Chicago Press.
- Hart, R. P., & Jarvis, S. E. (1997). Political debate: Forms, styles, and media. *American Behavioral Scientist*, 40(8). <https://doi.org/10.1177/0002764297040008004>
- Hofstetter, C. R. (1976). *Bias in the news: Network television news coverage of the 1972 election campaign*. Columbus, OH: Ohio State University Press.
- Holbrook, T. M. (1999). Political learning from presidential debates. *Political Behavior*, 21(1). <https://doi.org/10.1023/A:1023348513570>
- Iskandar, F. (2020). Analisis wacana politik debat publik calon presiden dan calon wakil presiden Republik Indonesia. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(1). <https://doi.org/10.34007/jehss.v3i1.177>
- Ismawati, E. (2012). *Perencanaan pengajaran bahasa*. Ombak.
- Jamieson, K. H., & Birdsell, D. S. (1988). *Presidential debates: The challenge of creating an informed electorate*. Oxford University Press.
-

- King, A. (2002). *Leaders' personalities and the outcomes of democratic elections*. Oxford University Press.
- Krippendorff, K. (2013). *Content analysis: An introduction to its methodology* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Lau, R. R., & Rovner, I. B. (2009). Negative campaigning. *Annual Review of Political Science*, 12. <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.10.071905.101448>
- Maier, J., & Jansen, C. (2015). When do candidates attack in election campaigns? Exploring the determinants of negative candidate messages in German televised debates. *Party Politics*, 23(5). <https://doi.org/10.1177/1354068815610966>
- McKinney, M. S., & Carlin, D. B. (2004). Political campaign debates. In L. L. Kaid (Ed.), *Handbook of political communication research*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Rahman, D. A., bin Abubakar, M., Rizwan, M., Muntasir, M., & Hidayat, B. (2024). Otonomi daerah khusus Aceh: Jembatan menuju rekonsiliasi atau sumber ketegangan baru. *Jurnal Pemerintahan dan Politik*, 9(3). <https://doi.org/10.36982/jpg.v9i3.4459>
- Riffe, D., Lacy, S., Fico, F., & Watson, B. (2019). *Analyzing media messages using quantitative content analysis in research* (4th ed.). Routledge.
- Ridout, T. N., & Holland, J. L. (2010). Candidate strategies in the presidential nomination campaign. *Presidential Studies Quarterly*, 40(4). <https://doi.org/10.1111/j.1741-5705.2010.03803.x>
-