

**BENTUK STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PEMILIHAN
GUBERNUR RIAU : KASUS KEMENANGAN SYAMSUAR DAN EDY
NASUTION TAHUN 2018**

Hadrizal¹, Hamdan M. Salleh²

Abstrak

Kajian kasus kemenangan Syamsuar dan Edy Nasution dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah Gubernur Riau adalah untuk mengidentifikasi bagaimana bentuk strategi komunikasi politik yang digunakan untuk mempengaruhi pilihan masyarakat di Provinsi Riau, Indonesia. Dengan menggunakan studi kualitatif deskriptif, pengumpulan data dan informasi dilakukan melalui wawancara langsung dengan responden sesuai indikator yang telah ditetapkan. Temuan menyimpulkan bahwa bentuk-bentuk strategi komunikasi kemenangan yang digunakan Syamsuar dan Edy Nasution serta tim sukses dalam Pilkada Gubernur Riau. Bentuk-bentuk strategi komunikasi yang mempengaruhi kemenangan yaitu partai politik sebagai persyaratan pencalonan dan dukungan partai sesuai waktu, situasi dan momentum politik yang berlaku pada saat itu. Keuangan yang cukup, baik untuk mendapat dukungan partai sebagai syarat pencalonan dan pembiayaan kampanye di 12 kabupaten/kota. Hubungan social iaitu membangun simpul-simpul relawan setiap daerah menggunakan komunikasi interpersonal, tatap muka secara langsung dan dialogis dengan organisasi masyarakat dan tokoh-tokoh berpengaruh. Komunikasi simbolik dengan mengetengahkan semua prestise individu yang dimiliki pasangan calon, seperti jabatan sebagai bupati dua peridedan seorang Brigadir Jendral TNI yang menduduki jabatan Danrem 032/Wirabima Pekanbaru. Komunikasi budaya Melayu yang ididentik dengan Islam digunakan sebagai pendekatan politik. Strategi komunikasi Rekam jejak sebagai Bupati Siak yang dianggap berhasil dalam pembangun infrastrkur, pelayanan public dan peningkatan ekonomi masyarakat. Strategi komunikasi pemasaran politik, pasangan calon dan tim sukses berhasil memetakan segementasi di kawasan pesisir dan daratan yang menjadi sasaran kempen, positioning dibangun dengan citra sebagai tokoh sederhana, bersahaja dan religus, ini mendapat respon secara positif. Bentuk-bentuk strategi komunikasi ini memiliki efek kemenangan karena digunakan secara menarik, mudah dipahami, sesuai waktu, situasi dan momentum politik. Materi sosialisasi di sisi lain, berdampak positif pada perubahan perilaku pemilih dalam menentukan pilihan.

Keywords : *Strategi, komunikasi politik, kemenangan, pilkada, Riau*

PENDAHULUAN

Di negara demokrasi seperti Indonesia, penyelenggarakan Pemilihan Umum Kepala Daerah (Pemilukada) secara langsung menggunakan sistem representasi profesional yang populer, ini menjadi ruang bagi rakyat untuk memilih individu yang akan mewakili mereka dalam pemerintahan.

International Commission of Jurist dalam konferensinya di Bangkok pada tahun 1965. Mendefinisikan bahwa suatu pemerintahan berdasarkan perwakilan, bentuk pemerintahan dari warga negara menjalankan hak dan kewajiban yang sama melalui wakil yang dipilih dan bertanggung jawab kepada

proses pemilihan yang bebas (Azed, 2017). Pemilukada (gubernur, bupati, dan walikota) adalah perwujudan hak politik rakyat di daerah yang diberikan pemerintah melalui rekrutmen politik langsung dan demokratis, ini adalah upaya untuk memperkuat demokrasi dan mengembalikan kepercayaan rakyat. Perubahan ini diwujudkan dalam bentuk partisipasi politik, kerana wujud kedaulatan ditentukan oleh rakyat yang memiliki hak suara (Surahmadi, 2017).

Demokrasi adalah harapan dan sistem terbaik dalam sistem politik dan konstitusi, partai politik, pemilihan umum dan dewan perwakilan rakyat (DPR) adalah institusi yang tidak terpisahkan. Partai politik selalu berupaya untuk mendapat dukungan rakyat setiap pemilihan umum (Pemilu) dan pemilihan umum kepada daerah (Pemilukada) yang selalu didominasi calon dari partai politik. Calon terpilih adalah manifestasi dari rakyat yang secara bebas menentukan figure atau tokoh yang didukung, kerana keinginan rakyat adalah dasar dari kekuasaan pemerintah yang lahir dalam pilkada bebas, jujur, rahasia dan kebersamaan (Saleh, 2008). Parti politik adalah bagian daripada infrastruktur politik Negara, karena parti adalah gabungan organisasi politik masyarakat yang mempunyai kegiatan yang berbeza, baik sebagai organisasi masyarakat, oraganisasi agama, organisasi pemuda dan organisasi politik. Organisasi masyarakat terlibat dalam aktiviti politik Jimly Asshiddiqie (Lobolo & Ilham, 2017).

Parpol adalah bagian dari sistem politik yang mempunyai aturan dan pedoman yang mengikat bagi penyelenggara, calon, partai dan pemilih dalam menjalankan peran dan fungsinya, karena kegiatan politik berkaitan langsung dengan aturan yang bersifat hukum dan kepastian teknis aturan yang berlaku (Rosit, 2012). Aktor utama pilkada adalah rakyat, partai politik, dan calon. Calon gubernur adalah jabatan yang dekat dengan rakyat di daerah, mengerti persoalan rakyat dan bertanggung jawab langsung kepada rakyat setelah terpilih

(Yenrizal & Izomiddin, 2018). Pasangan Syamsuar dan Edy Nasution dalam Pemilukada Gubernur Riau diusung oleh Partai Amanat Nasional (PAN), Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dan Partai Nasional Demokrat (Nasdem), koalisi tiga partai telah memenuhi 20 persen dari 65 kursi Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Riau (PKPU, 2017).

Pemilukada Gubernur Riau adalah proses demokrasi yang dilakukan 5 tahun sekali, dimana masyarakat diberikan ruang dan kekuasaan secara bebas memilih calon yang dianggap mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat dan meningkatkan kualitas demokrasi di Indonesia. Keberhasilan demokrasi sangat ditentukan partisipasi rakyat, semakin banyak kepala daerah dipilih langsung maka semakin tinggi demokrasi suatu negara, dan demokrasi secara nasional berjalan dengan baik ditentukan oleh demokrasi di tingkat daerah Robert Dahl (Akbar, 2016). Fenomena demokrasi dapat dilihat secara langsung dan dipahami sebagai proses yang tidak hanya sebatas partisipasi, tetapi bagaimana relasi kekuasaan dibangun dan dilaksanakan dengan prinsip kedaulatan rakyat, lebih penting lagi hasil Pemilukada mampu membawa rakyat kepada kondisi sosial, politik, ekonomi yang lebih baik, dan mampu memenuhi janji politik dan membuka ruang rakyat untuk menyampaikan tuntutannya.

Jika kampanye pilkada adalah tentang pencalonan, maka diperlukan strategi komunikasi antara kandidat dengan pimpinan partai politik. Jika kampanye pilkada adalah tentang kemenangan, maka diperlukan komunikasi untuk merancang strategi komunikasi dengan pimpinan kampanye, relawan, donatur, aktivis dan pendukung. Jika kampanye pilkada adalah tentang organisasi politik, maka komunikasi diperlukan untuk membangun hubungan dengan jejaring sosial yang memiliki minat dan tujuan yang sama untuk saling percaya. Jika kampanye pilkada adalah tentang rekrutmen, komunikasi diperlukan untuk memilih kandidat yang memiliki modal

politik yang kuat dapat digunakan sebagai strategi komunikasi pemenang (Stromback & Kiouisis, 2014).

Pasangan Syamsuar dan Edy Nasution merupakan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Riau memiliki latar belakang yang berbeda, namun latar belakang berbeda tersebut berhasil dikemas sebagai strategi komunikasi politik dalam Pemilu langsung. Syamsuar, adalah mantan birokrat yang sukses menjabat Bupati Siak selama dua periode, sedangkan Edy Nasution, seorang perwira militer bintang satu yang menjabat sebagai Komando Strategis Angkatan Darat (Kasrem) 031/Wirabima di Pekanbaru, tidak salah mereka dianggap sebagai tokoh politik baru dalam politik di Riau. Faktanya, Syamsuar dan Edy Nasution berlatar belakang yang berbeda berhasil meraih kepercayaan dan kemenangan pada Pemilu, hal ini berbeda dengan calon gubernur lain yang berlatar belakang sama sebagai politikus, ternyata pengaruhnya tidak signifikan.

Kemenangan Syamsuar dan Edy Nasution dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Riau menggunakan beberapa bentuk kampanye strategi komunikasi politik, seperti strategi komunikasi untuk mendapatkan dukungan parpol, strategi komunikasi modal politik dan strategi komunikasi pemasaran politik. Bentuk-bentuk strategi komunikasi politik menurut banyak pengamat menjadi faktor yang mempengaruhi kemenangan dalam pemilu gubernur di Riau, seperti dukungan partai politik yang tepat, faktor individu calon sebagai putra daerah, pemanfaatan media massa yang berkesan, latar belakang social calon yang positif, hubungan interaksi dengan jaringan social dalam membangun kepercayaan, modal simbolik kepemimpinan, modal finansial dan pendekatan budaya bernilai sejarah.

Meskipun demikian, penelitian tentang strategi komunikasi kampanye pemilu masih merupakan bidang yang masih terfragmentasi, karena bercampur dengan

berbagai disiplin ilmu, seperti komunikasi, ilmu politik dan pemasaran politik. Teori ini diasumsikan memiliki kesamaan dalam penggunaan pendekatan dan fokus kajian yang berbeda, keterbatasan teori yang memandu dan menyatukan kajian komunikasi politik dalam kampanye pilkada cenderung fokus kepada kampanye komunikasi politik di satu negara dengan satu deskripsi kasus, tetapi kajian kurang didasarkan pada teori (Stromback & Kiouisis, 2014).

METODE KAJIAN

Kajian kasus adalah kaedah pengumpulan data oleh pengkaji untuk melihat fenomena melalui temubual antara pengkaji dengan responden dan *focus group discation (FGD)* dengan responden lebih daripada dua dan lain yang sesuai berdasarkan tempat kajian. Data-data yang diperolehi akan dibentuk menjadi satu pernyataan sebagai hasil penelitian. Studi kasus ini mendukung peneliti untuk memperoleh informasi mengenai bentuk strategi komunikasi kemenangan Syamsuar dan Edy Nasution dalam Pemilihan Gubernur di Riau. Informasi yang diperolehi melalui studi kasus bersifat terkini dan sesuai dengan topik penelitian.

Metode studi kasus digunakan karena dapat memberikan interpretasi yang lebih baik, meyakinkan dan meningkatkan validitas penelitian. Penelitian ini digunakan untuk menyusun berbagai informasi tentang suatu fenomena, kemudian dianalisis secara lebih mendalam, membuat perbandingan dengan kasus lain dengan mengacu pada fenomena yang diteliti secara mendalam (Fuad & Kandung, 2014). Melihat dari satu kasus atau beberapa kasus kemudian membandingkan untuk membedakan, mempelajari fakta dari fenomena yang sesuai untuk mempelajari suatu proses, karena studi kasus penting untuk menghubungkan pemahaman dengan fakta karena pemahaman adalah tujuan dari analisis data (Robert K, 2012).

Untuk studi kasus data yang diperoleh dari wawancara dan dokumen tantangan terbesar adalah menghubungkan semua data yang diperoleh, data yang dikumpulkan dipandang saling bertentangan (Lexi, 2004). Untuk memudahkan analisis, maka semua bahan dikumpulkan dan disusun ke dalam bentuk yang nyaman saat digunakan kembali, metode ini disebut database studi kasus (Robert K, 2012). Studi kasus ini sesuai dengan data studi eksploratif yang memudahkan untuk menyusun pernyataan dan deskripsi studi. Studi kualitatif memiliki hubungan komunikasi yang beragam dan melibatkan manusia. Relasi komunikasi menambah pengalaman praktik strategi komunikasi pemenangan pemilihan kepala daerah (Pemilukada) di Riau. Persaingan kandidat tidak semuanya dapat diuraikan dengan bentuk strategi komunikasi politik yang digunakan, tetapi keterlibatan dan pengalaman diri dalam wawancara menghasilkan hasil yang lebih baik. Peneliti percaya metode ini sangat membantu dalam memperoleh informasi yang akurat dan jujur dalam wawancara.

HASIL KAJIAN DAN DISCUSSION

Objektif kajian adalah untuk meneroka dan memahami bentuk kempen strategi komunikasi kemenangan yang digunakan oleh Syamsuar dan Edy Nasution dalam Pemilihan Umum Ketua Gabenor Wilayah di Riau. Kajian ini mendapati berapa banyak bentuk kempen strategi komunikasi digunakan yaitu :

1. Strategi Komunikasi Parti Politik

Pemilihan Gubernur Riau, pasangan Syamsuar dan Edy Nasution, didukung oleh gabungan Partai Amanat Nasional (PAN), Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dan Partai Nasional Demokratik (Nasdem), dukungan koalisi partai ini tela memenuhi 20 persen dan bisa mendaftar pasangan calon ke Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD) Riau. Untuk memperoleh dukungan partai politik tentu tridak mudah karena

memerlukan strategi komunikasi politik yang tepat, ini sebagai dampak daripada calon bukan kader internal partai, maka lobi dan diplomasi sangat diperlukan, dukungan tiga parti ini dinilai sangat tepat sesuai dengan waktu, situasi dan momentum politik.

Namun demikian, secara konsep proses rekrutmen politik oleh partai yang dilakukan secara terbuka tanpa diskriminasi dalam pelayanan ternyata tidak sesuai kenyataan di lapangan, di mana menurut mayoritas responden bahwa partai politik lebih mengutamakan calon yang memiliki modal politik yang lebih banyak, terutama modal uang atau akses keuangan sebagai kandidat. Hal ini sebagai keupayaan bagi partai politik untuk menyelamatkan partai dari krisis keuangan, faktanya di lapangan juga menjelaskan bahwa keputusan penetapan calon oleh partai politik tidak dibuat secara terbuka, transparan dan demokratis ketika proses rekrutmen tidak direncanakan secara sistematis. Kandidat disiapkan dalam waktu 4 bulan untuk bekerja selama 4,8 tahun, sedangkan biaya partai diminta 5 tahun. Hal ini menggambarkan bahwa pendidikan politik dan kaderisasi tidak dijalankan, praktik transaksional berlaku sehinga politik biaya tinggi sudah dinilai sudah menjadi hal biasa setiap kali ada Pemilu dan Pemilukada berlangsung. Partai menggunakan segala cara untuk mendinamisasi sistem politik sesuai kehendak mereka, bahkan pragmatisme partai juga berlaku bagi individu populer yang dimanfaatkan menarik perhatian banyak orang (Lobolo & Ilham, 2015).

2. Strategi Komunikasi Keuangan

Pemilihan Umum Kepala Daerah (Pemilukada) langsung dan demokrasi telah menarik perhatian, baik itu masyarakat sebagai pemilih, partai politik sebagai penyelenggara, dan calon sebagai peserta, bahkan agenda ini telah menghabiskan anggaran triliunan rupiah. Indonesia yang telah menyatakan diri sebagai negara demokrasi dinilai sudah berhasil

melaksanakan Pemilihan secara signifikan dan memberikan dampak positif secara nasional (Anggraini, 2015). Akan tetapi dalam proses demokrasi juga telah melahirkan berbagai permasalahan yang muncul dari pilkada, hal ini terlihat dari praktik transaksi politik dalam penetapan calon kepala daerah oleh partai politik yang sudah menjadi rahasia umum, kader partai politik tidak menjadi hal utama untuk dijadikan sebagai calon bila tidak mempunyai banyak uang ini mempunyai dampak kepada biaya politik yang tinggi dan efektivitas kinerja pemerintahan.

Kebutuhan keuangan dalam pemilihan sangat penting untuk mendapatkan dukungan partai dan kampanye politik, di mana keuangan ini bersumber dari calon dengan jumlah yang tidak ada batasan, hal ini oleh responden menyebutkan bahwa kontestasi pilkada hanya sebagai permainan elit politik, kenyataannya tidak ada aturan yang membatasi penggunaan keuangan kontestasi. Hal ini mengakibatkan terjadinya pertarungan keuangan untuk mendapat dukungan politik, maka keinginan mengurangi politik biaya tinggi dan praktek politik uang sulit dihindari. Politik uang digunakan calon untuk meningkatkan popularitas dan elektabilitas dalam pemilihan sudah menjadi masalah yang sangat kompleks, bahkan masyarakat sebagai pemilih cenderung menerima praktik politik uang atau jual beli suara oleh para calon dan partai politik. Keseriusan partai dalam pengambilan kebijakan sangat diperlukan untuk meningkatkan elektabilitas sesuai kebutuhan kampanye calon, ini memiliki dampak pada jalannya pemerintahan, korupsi, kolusi dan nepotisme sulit dihindari (Misra et al., 2021).

Secara konseptual, pembatasan biaya kampanye calon sangat penting, bertujuan untuk mengikat semua pihak yang terlibat dalam aktivitas politik, dan mencegah penyelewengan oleh pihak-pihak tertentu yang sering memanfaatkan posisi dan tanggung jawabnya untuk keuntungan pribadi. Pasangan Syamsuar dan Edy

Nasution memenangkan pemilihan Gubernur Riau, tak luput dari kebutuhan finansial. Responden menyebutkan bahwa partai politik dan politisi tahu tentang masalah ini, tetapi mereka tampaknya tidak peduli, dan bahkan tampaknya menyukai praktik politik berbiaya tinggi.

3. Strategi Komunikasi Hubungan Sosial

Strategi komunikasi hubungan sosial merupakan salah satu cara calon menarik perhatian dan dukungan yang dilakukan sejak awal sebelum tahapan pemilihan dimulai, hal ini melekat pada individu yang berhasil ditangkap dan dipertahankan sebagai kekuatan. Syamsuar dan Edy Nasution serta tim sukses berhasil membangun interaksi sosial tatap muka dan dialog yang melibatkan jejaring sosial untuk menemukan kepercayaan. Responden menyatakan bahwa strategi komunikasi dilakukan untuk menjalin interaksi dengan tokoh berpengaruh (bupati, walikota dan mantan gubernur), tokoh agama dan tokoh etnis yang heterogen. Pengaruh politik dalam membangun komunikasi dengan jaringan organisasi sosial, seperti ormas, ormas Islam Muhammadiyah, kelompok keagamaan (perwiran dan tilawah), ormas kepemudaan, dan ormas etnis.

Modal sosial menurut Bourdieu, 2010 (Sari, 2018) berupa sumber daya nyata dan potensial yang dimiliki oleh calon dari jaringan sosial yang terlembaga, dibangun secara terus menerus dengan tujuan untuk memperoleh dukungan kolektif. Jaringan sosial menurut sosialis Putnam, 1996 (Safitri, 2018) hubungan sosial dapat mempengaruhi produktivitas interaksi individu dan jaringan organisasi sosial untuk mempromosikan kepercayaan.

4. Strategi Komunikasi Simbolik

Strategi komunikasi simbolik yang dimiliki Syamsuar dan Edy Nasution digunakan tim sukses sebagai taktik untuk memperkuat pasangan calon dalam pemilihan gubernur di Riau. Simbol-simbol yang dilampirkan digunakan untuk

mempengaruhi pemilih yang terbungkus rapi dalam suatu kampanye politik, yang tujuannya secara simbolis mengajak kepentingan pemilih untuk mendapatkan dukungan. Simbol dari pasangan ini adalah mereka dianggap sebagai sosok individu profesional yang memiliki prestasi dan pengalaman kepemimpinan yang menciptakan kharisma sosok yang dipercaya. Simbol yang digunakan Syamsuar dan Edy Nasution adalah mantan birokrat, bupati dan simbol militer karismatik. Syamsuar, calon gubernur dilambangkan sebagai mantan birokrat berpengalaman dan bupati ulung, sedangkan Edy Nasution, dilambangkan sebagai Brigadir Jenderal bintang satu dengan jabatan Danrem 031/Wirabima, memiliki ketegasan, wibawa, antikorupsi, dan penguasaan wilayah. Simbol jabatan digunakan sebagai taktik untuk mempengaruhi opini publik, karena jabatan tersebut tidak mudah diperoleh, sehingga modal simbolik menguntungkan.

5. Strategi Komunikasi Budaya

Bentuk strategi komunikasi budaya yang digunakan Syamsuar dan Edy Nasution dalam Pemilihan Umum Gubernur Riau. Dimana strategi komunikasi budaya dapat dibagi menjadi dua kategori yaitu tingkat pendidikan formal dan warisan budaya. Pada jenjang pendidikan formal sebagai strategi komunikasi pemenangan tidak berpengaruh, karena pemahaman calon dan pemilih hanya memenuhi syarat minimal calon, pasangan Syamsuar dan Edy Nasution sudah memenuhinya. Sedangkan kepemilikan historis berbasis budaya digunakan sebagai taktik untuk menjangkau pemilih pada saat sosialisasi dan kampanye politik. Kampanye politik yang efektif adalah kampanye yang memiliki pesan yang benar, dan dapat diterima oleh masyarakat sebagai pemilih. Secara kultural, ada dua aspek yang menonjol, yaitu aspek keragaman budaya dan aspek religi. Aspek budaya memiliki ciri khas masyarakat Melayu, dan sejalan dengan aspek masyarakat mayoritas yang memiliki nilai-nilai agama yang kuat, hal ini

berimplikasi pada karakteristik masyarakat, dan bagaimana pendekatan mereka dari aspek kampanye politik.

Strategi komunikasi budaya merupakan elemen penting dan pertimbangan untuk melakukan pendekatan kepada masyarakat, pendekatan nilai budaya melayu yang kuat menjadi faktor yang mempengaruhi individu dalam mengambil keputusan politik. Syamsuar dan Edy Nasution serta tim sukses berhasil memanfaatkan nilai-nilai budaya dan sejarah sebagai putra daerah lebih diterima, karena berasal dari suku dan agama yang berbeda.

6. Strategi komunikasi Rekam Jejak

Bentuk strategi komunikasi tersebut adalah catatan Syamsuar dan Edy Nasution dalam pemilihan Gubernur Riau. Rekam jejak sebagai birokrat dan bupati dapat dengan mudah dilihat dan dievaluasi oleh pemilih, hal ini sejalan dengan kemajuan teknologi informasi sebagai sumber informasi. Catatan saat ini sebagai birokrat dan bupati dapat diidentifikasi dan menjadi pertimbangan pengambilan keputusan politik. Strategi komunikasi rekam jejak Syamsuar dan Edy Nasution dijadikan taktik untuk menggalang dukungan. Responden menilai keberhasilan calon dan tim yang mampu mengemas pesan ini sudah sesuai dengan situasi, waktu dan momentum, terutama terkait krisis kepercayaan publik terhadap pemimpin. Mereka memiliki kemampuan atau pengalaman mengabdikan kepada masyarakat sebagai ahli di bidang birokrasi, politik dan militer.

Syamsuar, mantan birokrat berpengalaman dengan beberapa jabatan strategis, juga pernah menjabat di beberapa kabupaten/kota di Provinsi Riau. Edy Nasution adalah seorang perwira militer dan tokoh politik baru di Riau, namun memiliki catatan prestasi sebagai seorang militer, jabatan dan tugas untuk negara di tingkat nasional dan internasional. Rekam jejak telah membuat mereka menjadi pasangan calon dengan banyak pengalaman kepemimpinan dan prestasi. Rekam jejak inilah yang

membedakannya dengan calon gubernur lainnya, di mana sepasang calon memiliki rekam jejak yang hampir sama.

7. Strategi komunikasi Media Massa

Pasangan Syamsuar dan Edy Nasution menggunakan kempen komunikasi politik melalui media massa, baik media elektronik, media cetak, internet dan media sosial yang lain. Penggunaan media dalam kempen sangat penting sebagai usaha untuk meluaskan jangkauan, dan menarik minat orang ramai untuk mengetahui dan menggunakan hak mereka untuk mengundi. Media sosial lainnya oleh pengkaji, dalam kajian ini adalah aktiviti calon dan pasukan dalam memupuk hubungan sosial secara langsung, seperti menghadiri mesyuarat tradisi, perkahwinan, sambutan besar-besaran dan lain-lain. Manakala media sosial juga berkaitan dengan penggunaan Twitter, Facebook, Instagram dan WhatsApp. Sosial media digunakan sebagai strategi komunikasi untuk mempromosikan visi, misi, program kerja dan memperkenalkan profil calon secara menarik dengan menonjolkan pencapaian terdahulu.

Media sosial adalah saluran terbaik untuk menyalurkan idea yang boleh diterima umum, seperti iklan politik, baliho dan poster yang mengandungi gambar pasangan calon, slogan pendek, nombor siri, dan parti sokongan. Poster pasangan Syamsuar dan Edy Nasution ini memuatkan slogan pendek yang menjadi bahagian penting kempen, seperti "Membina Riau yang Lebih Baik". Ini merupakan janji politik kepada rakyat Riau untuk mencipta perubahan dalam semua aspek pembangunan yang dianggap lebih luas dan kesan positif. Poster yang mengandungi rayuan yang diharapkan kepada orang ramai boleh melihat dan membaca mesej politik yang terpampang di jalanan, dipamerkan dengan menarik untuk dilihat, dibaca malah tertarik dengan mesej di dalamnya.

8. Strategi Komunikasi Pemasaran Politik

Bentuk strategi komunikasi pemasaran politik yang dimenangi oleh Syamsuar dan Edy Nasution dalam pemilihan gabenor Riau. Penyelidikan pemasaran politik memperkatakan segmentasi dan kedudukan yang digunakan untuk mempengaruhi pendapat umum, yang tujuannya adalah untuk mendapatkan sokongan undi. Calon dan pasukan yang berjaya telah berjaya membangunkan strategi komunikasi politik yang mengikut segmentasi yang disasarkan oleh kempen. Manakala positioning pula merupakan usaha untuk membungkus imej positif yang mampu menarik minat mengikut perwatakan masyarakat.

Segmentasi pengundi oleh pengundi dijalankan sebagai taktik dengan mengenal pasti data demografi penduduk, latar belakang budaya, pengalaman dan agama pengundi yang menjadi sasaran kempen politik. Segmentasi pasangan Syamsuar dan Edy Nasution ditujukan kepada kawasan pesisir pantai, kerana penduduk wilayah ini mempunyai jumlah pengundi yang paling ramai, hakikatnya kemenangan di kawasan pesisir pantai memberi impak yang positif, kerana mendapat sambutan dan pengaruh yang positif. . Pasangan ini dianggap oleh pengundi sebagai produk politik yang berkualiti, mempunyai nilai jualan yang tinggi dalam pasaran politik, kerana mereka pernah dikenali sebagai tokoh berpengalaman dan berjaya sebelum ini.

Rekod prestasi sebagai bekas birokrat, ketua daerah dan askar berpengalaman menyediakan perkhidmatan awam, mereka telah memenuhi standard kualiti kualiti produk, tahap populariti terbukti dan selektiviti semakin meningkat. Meletakkan pasangan Syamsuar dan Edy Nasution dengan figura yang ringkas dan bersahaja, mereka juga berjaya mengabaikan protokol ketika berkomunikasi dengan pengundi, strategi komunikasi pengimejan ini digunakan semasa kempen politik kerana ia membuka peluang kepada pengundi untuk

menyatakan aspirasi mereka secara langsung dan terbuka serta ruang interaksi terbuka yang besar. Menurut responden, bentuk strategi komunikasi pemasaran politik yang dijalankan juga selari dengan masa, situasi dan momentum politik, di mana perancangan bermula dari awal khususnya kepada tokoh-tokoh berpengaruh, ahli politik dan ahli akademik yang bertujuan untuk mendapatkan sokongan.

KESIMPULAN

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik kemenangan oleh Syamsuar dan Edy Nasution pada pilkada gubernur di Riau. Bentuk-bentuk strategi komunikasi partai politik menjadi factor yang mempengaruhi kemenangan, selain sebagai persyaratan pencalonan juga dukungan partai sesuai dengan waktu, situasi dan momentum politik yang berlaku pada saat itu. Strategi komunikasi keuangan berkaitan dengan memenuhi syarat pencalonan dan pembiayaan bagi kepentingan kampanye di 12 kabupaten/kota Provinsi Riau. Strategi komunikasi hubungan social iaitu berkaitan dengan membangun simpul-simpul relawan yang menyebar dibanyak daerah, di mana pasangan calon berhasil membangun komunikasi interpersonal, tatap muka secara langsung dan komunikasi dialogis, strategi ini dilakukan dengan banyak organisasi masyarakat dan tokoh-tokoh berpengaruh. Strategi komunikasi simbolik dengan mengetengahkan semua prestise yang dimiliki pasangan calon, seperti jabatan sebagai bupati dua periode yang sukses, prestasi memimpin dan seorang Brigadir Jendral TNI yang menduduki jabatan sebagai Danrem 032/Wirabima Pekanbaru. Strategi komunikasi pendekatan budaya kepada masyarakat Melayu yang majori, budaya Melayu yang ididentik dengan Islam digunakan sebagai pendekatan yang dapat diterima oleh masyarakat. Strategi komunikasi Rekam jejak sebagai Bupati Siak yang telah berhasil membangun infrastrukur secara luas yang dapat dilihat dan

dimanfaatkan bagi peningkatan ekonomi masyarakat. Demikian juga bentuk strategi komunikasi pemasaran politik, pasangan calon dan tim sukses berhasil memetakan segementasi di kawasan pesisir dan daratan yang menjadi sasaran kempen, positioning dibangun dengan citra sebagai tokoh atau figure sederhana, bersahaja dan religus, imej ini mendapat respon secara positif. Bentuk-bentuk strategi komunikasi pasangan Syamsuar dan Edy Nasution serta tim sukses berhasil menjadi factor yang mempengaruhi opini public dan mendapati dukungan suara masyarakat dalam Pemilihan Umum Gubernur dan Wakil Gubernur Riau tahun 2018.

RUJUKAN

- Akbar, A. (2016). *Pengaruh Money Politics Terhadap Partisipasi Masyarakat Pada Pilkada 2015 Di Kabupaten Bulukumba (Studi Kasus Desa Barugae Kec. Bulukumpa)*. <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/4813/1/AKBAR.pdf>.
- Anggraini, T. (2015). *Jurnal Demokrasi, Dana Kampanye Pilkada: Pengaturan Teknis Tentang Sumbangan, Pengeluaran, Dan Pelaporan Berdasarkan UU No 1/2015 Juncto UU No 8/2015*. Yayasan Perludem.
- Azed, A. B. (2017). *Sistem Pemilu di Indoensia*. DOI: <http://dx.doi.org/10.21143/jhp.vol17.no.2.1304>.
- Fuad, A., & Kandung, S. N. (2014). *Panduan Praktis Penelitian. Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lexi, J. (2004). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Bandung:PT.Remaja Rosda karya.
- Lobolo, M., & Ilham, L. (2015). *Partai Politik dan Sistem Pemilihan Umum di Indonesia. Teori, Konsep, dan Isu Strategi*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Lobolo, M., & Ilham, L. (2017). *Partai politik dan sistem pemilihan umum di Indonesia: teori, konsep dan isu strategi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017.

- Misra, F., Sudarmoko, Apriwan, Hakim, A., Kabullah, M. I., & Rahman, F. (2021). *Kontekstualisasi Pilkada Riau: Sosiokultural, Relasi Klientalistik dan Indikasi Politik Uang*. <https://jurnal.kpk.go.id/index.php/integratas/article/view/724/126>.
- PKPU. (2017). *Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 7 Tahun 2015 tentang Kempen Gubernur dan Timbalan Gubernur, Bupati dan timbalan Bupati dan/atau Walikota dan timbalan Walikota pada ketentuan Umum poin 15 bahwa kempen pemilihan*.
- Robert K, Y. (2012). *Journal Article Reviewed Work: Case Study Research. Design And Methods 4 Th Ed*. <https://www.jstor.org/stable/23279888>.
- Rosit, M. (2012). *Strategi Komunikasi Politik dalam Pilkada (Studi Kasus Pemenangan Pasngan Kandidat Ratu Atut dan Rano Karno pada Pilkada Banten 2011)*. <https://scholar.google.co.id/citations?user=MeIMiy8AAAAJ&hl=id>. 1–122. <http://lib.ui.ac.id/detail?id=20301204&lokasi=lokal#horizontalTab1>
- Safitri, C. (2018). *Pengaruh Modal Sosial Dalam Kemenangan Mahyeldi Ansyarukkah-Hendri Septa Pada Pilkada*. <http://scholar.unand.ac.id/47061/5>.
- Saleh, Z. A. (2008). *Demokrasi dan Partai Politik*. <https://ejurnal.peraturan.go.id/index.php/jli/article/view/289/175>.
- Sari, R. (2018). Peran Modal Sosial (Social Capital). <https://www.academia.edu/36982927>. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(September), 1–8. <https://www.unmermadiun.ac.id/index.php/ejurnal/index.php/sosial/article/view/329>
- Stromback, J., & Kioussis, S. (2014). *Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Strategi Komunikasi Politik*. <https://www.researchgate.net/publication/342391030>.
- Surahmadi, S. (2017). *Strategi Pemenangan Politik Pasangan Idza-Narjo Dalam Pemilukada Kabupaten Breber Periode 2012-2017*. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/politika/article/view/15187>.
- Yenrizal, & Izomiddin. (2018). *Strategi Komunikasi Politik Berbasis Isu Lingkungan Pada Pemilihan Umum Kepala Daerah Palembang*. <http://repository.umrah.ac.id/74/1>.