

# KOMUNIKASI POLITIK PASANGAN INDEPENDEN HERMAN NAZAR- DEFI WARMAN PADA PEMILIHAN WALIKOTA PEKANBARU PERIODE 2017-2022

Oleh

Saraswati

Pembimbing : Dr. Belli Nasution S.IP, MA

Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya Km 12,5 Kampung Baru – Pekanbaru 28193

TLP. (0761) 63277 / 23430

## ABSTRACT

*The presence of independent partner is a new thing in local election (pemilukada) of Pekanbaru city. For the first time in history of local election (pemilukada) in Pekanbaru city a partner from independent candidate has passed and can fill all of the requirements for the election. This research aims to know the strategy of Politic Communication and the used of media campaigns by independent partner In Pekanbaru Mayor Election Period 2017 – 2022.*

*This research used descriptive qualitative method. The research subject involved independent partner Herman Nazar – Defi Warman, the leader of winning team, vice secretary and inhabitants. The technique of collecting data used interview, observation, and documentation.*

*The result from this research showed that strategy of politic communication used by the independent partner, Herman Nazar – Defi Warman, if we see from SWOT analysis is have the power from social capital and economic capital. They also have a weakness in having network and strong basic massa. Using the opportunities by getting support from copy of id card which given by the inhabitants. The treaths are coming from incumbent partner and less participation from the inhabitants in the election. The Independent partner , Herman Nazar – Defi Warman used face to face media by joining the direct campaign with the inhabitants. They also used social media such as facebook and youtube to post all of their activities during the campaign . The outside media were also used , such as street banner and billboard that put in strategic places. And also small format like booklet, brochure, poster, stiker, calender and pin which given away to the inhabitants.*

*Keyword: Independent Candidate, Local Election, Political Communication*

## Pendahuluan

Mahkamah Konstitusi melalui Putusannya Nomor 5/PUU-V/2/2007 tanggal 23 Juli mengabulkan permohonan pengujian Undang-Undang No.32 Tahun

2004 tentang Pemerintah Daerah terhadap pasal yang mengatur bahwa calon yang boleh mendaftar sebagai calon kepala daerah adalah calon yang diusung oleh partai politik atau gabungan partai politik. Putusan Mahkamah Konstitusi No. 5/PUU-

V/2007 tersebut membuka ruang bagi calon perseorangan untuk maju dalam pemilihan kepala daerah tanpa harus melalui jalur partai politik. Berdasarkan undang-undang tersebut peluang melalui jalur independen (perseorangan) bagi masyarakat umum menjadi kepala daerah semakin besar dan terbuka, karena calon kepala daerah tidak lagi harus dari partai politik.

Pemilukada Kota Pekanbaru tahun 2017 diikuti oleh dua pasangan calon yang berasal dari jalur independen yaitu Syahril-Said Zohrin dan Herman Nazar- Defi Warman. Penetapan lolosnya dua pasangan ini diumumkan komisi pemilihan umum (KPU) Kota Pekanbaru setelah melakukan rapat pleno, Kamis (20/10/2016).

Kehadiran pasangan independen Herman Nazar- Defi Warman dalam pemilukada Kota Pekanbaru ini cukup membawa dampak pada politik lokal. Masyarakat yang pada awalnya masih

### **Identifikasi Masalah**

Dari masalah di atas maka dapat disimpulkan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi komunikasi politik pasangan independen Herman Nazar - Defi Warman

belum mengerti tentang calon independen, kemudian mengetahui tentang calon independen. Masih banyak masyarakat yang kurang mengetahui apa itu calon independen. Sehingga sebelum memperkenalkan diri sebagai calon independen, pasangan Herman Nazar- Defi Warman memberikan pengetahuan tentang apa itu calon independen kepada masyarakat. Dari hasil perolehan suara pasangan Herman Nazar- Defi Warman dapat diketahui bahwa dukungan cukup bagus dari masyarakat. Perolehan 16,71% suara merupakan bukti bahwa tingkat elektabilitas pasangan ini cukup bagus untuk daerah yang baru pertama kali terdapat calon independen dalam pemilukada. Selain itu dapat diketahui pula bahwa perolehan suara yang diperoleh pasangan Herman Nazar- Defi Warman jauh lebih unggul dari pasangan independen Syahril - Said Zohrin.

pada pemilihan Walikota

Pekanbaru periode 2017-2022 ?

2. Bagaimana penggunaan media kampanye pasangan independen Herman Nazar- Defi Warman pada pemilihan Walikota Pekanbaru periode 2017-2022 ?

## Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai berdasarkan permasalahan yang diambil dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi politik pasangan independen Herman Nazar- Defi Warman pada pemilihan Walikota Pekanbaru periode 2017-2022.
2. Untuk mengetahui bagaimana penggunaan media kampanye pasangan independen Herman Nazar- Defi Warman pada pemilihan Walikota Pekanbaru periode 2017-2022.

## Tinjauan Pustaka

### 1. Strategi

Untuk menetapkan strategi, dapat digunakan model SWOT sebagai peralatan untuk menganalisis :

S = Strengths : Kekuatan- kekuatan yang dimiliki

W = Weakness : Kelemahan-kelemahan yang ada

O = Opportunities : Peluang- peluang yang mungkin bisa diperoleh

T = Threats : Ancaman-ancaman yang bisa ditemui

Penetapan strategi komunikasi untuk sebuah kampanye harus diawali dengan penetapan :

1. Siapa yang menjadi juru kampanye (komunikator) ?
2. Siapa yang menjadi target sasaran kampanye (khalayak) ?
3. Pesan apa yang harus disampaikan ?
4. Saluran atau media apa yang harus digunakan untuk penyebaran informasi?
5. Bagaimana hasil atau pengaruh (efek) yang diharapkan dari kampanye itu ?

Menurut Abdullah (2008 :99) strategi komunikasi politik adalah rencana yang meliputi metode, teknik dan tata cara hubungan fungsional antara unsur- unsur dan faktor- faktor dari proses komunikasi, guna kegiatan operasional antara unsur- unsur dan faktor- faktor dari proses komunikasi untuk mencapai tujuan dan sasaran. Adapun faktor- faktor dari proses komunikasi politik menurut cangara (2011,31) adalah meliputi komunikator politik, pesan politik, saluran atau media politik, sasaran atau target politik, dan pengaruh atau efek komunikasi politik

### 2. Komunikasi Politik

Secara sederhana komunikasi politik merupakan proses komunikasi yang pesan-pesan didalamnya tertuang pesan politik yang berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan dan kebijakan pemerintah. Secara etimologis komunikasi politik

berasal dari dua kata, yakni “komunikasi” dan “politik”. Dalam sistem politik, komunikasi berfungsi menjembatani antara situasi kehidupan politik yang ada pada suprastuktur politik dengan infrastuktur politik.

Nimmo mendefinisikan komunikasi politik sebagai kegiatan komunikasi yang berdasarkan konsekuensi-konsekuensinya (aktual maupun potensial) yang mengatur perbuatan manusia di dalam kondisi-kondisi konflik. Sedangkan Roelofs (dalam Sumarno & Suhandi, 2005) mendefinisikan komunikasi politik sebagai komunikasi yang materi yang pesan-pesan berisi politik yang mencakup masalah kekuasaan dan penempatan pada lembaga-lembaga kekuasaan (lembaga otoratif).

Komunikasi politik adalah sebagai kegiatan politik yang bersifat empiris dalam sistem politik, penyusun mengaktualifikasikan sebagai diameter yang berada dalam wilayah “des sein” (Harun dan Sumarno,2006:3).

### **3. Media dalam Kampanye Politik**

Media kampanye dapat dibagi menjadi beberapa jenis, yakni melalui media massa (surat kabar,majalah, televisi, radio,media sosial,dan internet), media luar ruang seperti spanduk, baliho, reklame, iklan bus,*electronic board*, bendera, umbul-umbul, dan iklan pohon. Serta media format kecil seperti buletin, leaflet, selebaran,

brosur, poster, kalender, stiker, pin-lencana, kaos oblong, dasi, *blocknotes*, payung, kantong jinjingan, topi, dan sebagainya (dalam Cangara,2011 : 304-306).

Selain melalui media, kampanye juga dapat dilakukan dengan kontak langsung dengan target atau warga. Kontak langsung ini dilakukan dengan percakapan langsung, kunjungan kerumah-rumah, pertemuan-pertemuan, kampanye terbuka dan tampil sebagai *speaker* dalam acara publik

### **4. Calon Independen (Perseorangan)**

Sesuai dengan pasal 56 ayat 1 Undang-Undang No. 12 Tahun 2008 disebutkan bahwa kepala daerah dan wakil kepala daerah dipilih dalam satu pasangan calon yang dilaksanakan secara demokratis berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil. Pada ayat 2 disebutkan bahwa pasangan calon sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diusulkan oleh partai politik, gabungan partai politik, atau perseorangan yang didukung oleh sejumlah orang yang memenuhi persyaratan sebagaimana ketentuan dalam undang-undang ini.

Berdasarkan Undang-Undang pasal 41 ayat (2) Tahun 2016 calon perseorangan dapat mendaftarkan diri sebagai calon bupati dan calon wakil bupati serta calon walikota dan calon wakil walikota jika memenuhi syarat dukungan dengan jumlah

penduduk yang mempunyai hak pilih dan termuat dalam daftar pemilih tetap pada pemilihan umum atau pemilihan sebelumnya yang paling akhir di daerah bersangkutan, dengan ketentuan :

- a. Kabupaten / kota dengan jumlah penduduk yang termuat pada daftar pemilih tetap sampai dengan 250.000 (dua ratus lima puluh ribu) jiwa harus didukung paling sedikit 10 % (sepuluh persen)
- b. Kabupaten/ kota dengan jumlah penduduk yang termuat pada daftar pemilih tetap lebih dari 250.000 (dua ratus lima puluh ribu) jiwa sampai dengan 500.000 (lima ratus ribu) jiwa harus didukung paling sedikit 8,5 % (delapan setengah persen)
- c. Kabupaten/ kota dengan jumlah penduduk yang termuat pada daftar pemilih tetap lebih dari 500.000 (lima ratus ribu) sampai dengan 1.000.000 (satu juta) jiwa harus didukung paling sedikit 7,5 % (tujuh setengah persen)
- d. Kabupaten/ kota dengan jumlah penduduk yang termuat pada daftar pemilih tetap lebih dari 1.000.000 (satu juta) jiwa harus

didukung paling sedikit 6,5 % (enam setengah persen) dan

- e. Jumlah dukungan sebagaimana dimaksud pada huruf a, huruf b, huruf c, dan huruf d tersebar di lebih dari 50% (lima puluh persen) jumlah kabupaten/ kota di Provinsi dimaksud.

### **Metode Penelitian**

Metode yang dipakai didalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Waktu pelaksanaan penelitian pada bulan Februari 2017 sampai dengan bulan Juli 2017. Lokasi Penelitian yaitu dilaksanakan di Kota Pekanbaru ( Komplek Hotel Akasia JL. Jendral Sudirman Cinta Raja Sail Kota Pekanbaru/ sebelumnya posko pemenangan pasangan independen Herman Nazar- Defi Warman). Pemilihan informen dalam penelitian ini menggunakan teknik *Sampling Purposive* yaitu menempatkan orang-orang yang berkaitan langsung dengan komunikasi politik pasangan independen Herman Nazar- Defi Warman.

Pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam observasinya penulis menggunakan *Non-Participant Observer*, yaitu suatu bentuk observasi di mana peneliti tidak terlibat langsung dalam kegiatan kelompok,

atau dapat juga dikatakan pengamat tidak ikut serta dalam kegiatan diamatinya (Yusuf,2014:384). Peneulis melakukan observasi melalui media internet yakni *facebook* Relawan HEFI, *youtube* tentang kampanye HEFI serta web mengenai pasangan HEFI

Peneliti mewawancarai pasangan independen Herman Nazar- Defi Warman, ketua tim pemenangan Herman Nazar- Defi Warman, wakil sekretaris tim pemenangan Herman Nazar- Defi Warman, serta 1 orang masyarakat Kota Pekanbaru yang memilih pasangan independen Herman Nazar - Defi

## **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### **1. Strategi Komunikasi Politik Pasangan Independen Herman Nazar- Defi Warman pada Pemilihan Walikota Pekanbaru Periode 2017 - 2022**

Dalam strategi ini peneliti menggunakan strategi analisis SWOT yaitu (*strengths, weakness, opportunities, threats*) yang artinya kekuatan yang dimiliki, kelemahan yang dialami, peluang yang memungkinkan serta ancaman yang akan dialami.

#### **a. Kekuatan (*Strength*)**

Warman. Dokumentasi diambil dari data-data tertulis, film, atau foto-foto yang dimiliki pasangan independen Herman Nazar- Defi Warman.

Analisis data sebagai proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data (Rachmat Kriyanto, 2012:167). teknik analisis data berdasarkan siklus yang dilukiskan oleh Huberman dan Miles yaitu Model Analisis Data Interaktif.

Kekuatan (*Strength*) yang dimiliki oleh Pasangan independen Herman Nazar- Defi Warman dalam pemilihan walikota Pekanbaru periode 2017-2022 ialah pasangan ini memiliki kekuatan dari modal sosial dan kekuatan dari modal ekonomi.

#### **b. Kelemahan (*Weakness*)**

Kelemahan (*Weakness*) yang dimiliki pasangan independen Herman Nazar- Defi Warman ialah tidak adanya jaringan dan basis massa yang kuat seperti yang dimiliki oleh partai politik. Tanpa adanya dukungan jaringan massa yang kuat pasangan ini tidak memiliki jangkauan yang luas untuk bisa menjangkau seluruh masyarakat Kota Pekanbaru.

#### **c. Peluang (*Opportunities*)**

Peluang (*Opportunities*) yang dimiliki pasangan independen Herman Nazar- Defi Warman ialah dukungan KTP yang diberikan masyarakat. Dukungan KTP tersebut berhasil mengantarkan pasangan independen Herman Nazar- Defi Warman maju dalam pemilukada Kota Pekanbaru.

d. Ancaman (*Threats*)

Ancaman (*Threats*) yang dihadapi pasangan independen Herman Nazar- Defi Warman dalam pemilukada Kota Pekanbaru adalah bahwa lawan kandidatnya yaitu pasangan Firdaus- Ayat Cahyadi merupakan pasangan *incumbent*. Selain itu ancaman lain yang dihadapi pasangan independen Herman Nazar- Defi Warman yakni kurangnya partisipasi masyarakat Kota Pekanbaru dalam pemilukada.

Langkah-langkah dalam penetapan strategi komunikasi politik pasangan independen Herman Nazar- Defi Warman adalah sebagai berikut :

a. Penetapan juru (komunikator) Politik

Ketika melakukan kampanye, tim sukses pasangan independen Herman Nazar- Defi Warman tidak selamanya terjun sendiri ke masyarakat, namun juga memanfaatkan komunikator politik dari kalangan aktifis yang bisa membantunya dan memiliki pengaruh untuk mengubah perilaku pemilih.

b. Menyusun Pesan- pesan Kampanye Politik

Sebelum melakukan kampanye, pasangan independen Herman Nazar- Defi Warman beserta tim menyusun pesan terlebih dahulu sebelum disampaikan kepada sasarannya. Hal ini dilakukan agar pesan yang disampaikan efektif dan diterima oleh masyarakat pemilih. Pesan yang disampaikan oleh pasangan independen Herman Nazar- Defi Warman ialah pesan yang bersifat informatif dan persuasif.

c. Pemilihan Media atau Saluran Komunikasi Politik

Dalam penyebaran pesan, pasangan independen Herman Nazar- Defi Warman menggunakan dua saluran dalam komunikasi politiknya yaitu saluran komunikasi personal dan saluran komunikasi non personal.

d. Penetapan Target Sasaran Komunikasi Politik

Penetapan target sasaran yang dilakukan oleh pasangan independen Herman Nazar- Defi Warman ialah hanya menfokuskan perhatiannya pada kondisi fisik dan kondisi sosial masyarakat setempat. Kondisi fisik masyarakat perkotaan dengan masyarakat pinggiran di Kota Pekanbaru tentu mempunyai banyak perbedaan. Untuk itu, Sebelum melakukan

kampanye atau turun ke lapangan pasangan ini mendefinisikan terlebih dahulu sasarannya.

e. Efek Komunikasi Politik

Efek komunikasi menjadi penting dalam proses politik, karena efek yang muncul merupakan indikator kesuksesan pesan politik yang dikirimkan komunikator politik kepada khalayak. Efek yang diharapkan dari sasaran atau objek dalam komunikasi politik tujuan utamanya yaitu untuk meraih kemenangan terhadap suatu kekuasaan. Efek yang didapat pasangan independen Herman Nazar- Defi Warman cukup bagus. Hal ini dibuktikan dengan perolehan suara yang didapat pada pemilukada 15 Februari lalu.

## 2. Penggunaan Media Kampanye Pasangan Independen Herman Nazar- Defi Warman pada Pemilihan Walikota Pekanbaru Periode 2017-2022

a. Media Tatap Muka atau Secara Langsung

Pasangan independen Herman Nazar- Defi Warman bertemu langsung dengan masyarakat diberbagai kelurahan di Kota Pekanbaru. Melakukan kontak pribadi secara santai dengan masyarakat, melakukan tanya jawab, berdialog dan berfoto bersama. Pasangan ini juga memperkenalkan dirinya kepada masyarakat, menyampaikan visi misi,

program- program yang diusung, dan pengalaman- pengalaman yang telah dilakukannya. Pasangan ini juga terjun langsung ke berbagai tempat di Kota Pekanbaru untuk meihat secara langsung permasalahan- permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat.

b. Media Sosial

Penggunaan media sosial dipilih oleh pasangan independen Herman Nazar- Defi Warman karena media ini lebih ekonomis dibandingkan media elektronik maupun media cetak. Karena lebih menghemat biaya karena program kerja, visi misi, atau apapun yang dapat membuat citra pasangan ini menjadi baik dapat dilakukan dengan cara memposting kata-kata, gambar ataupun mengupload video dengan gratis tanpa batasan waktu. Media sosial yang digunakan pasangan independen Herman Nazar- Defi Warman ialah *facebook* dan *youtobe*.

c. Media Luar Ruang

Media luar ruang yang digunakan pasangan independen Herman Nazar- Defi Warman antara lain ialah baliho, spanduk dan umbul- umbul. Media luar ruang ditempatkan di lokasi-lokasi strategis, yaitu di tempat- tempat yang ramai dan padat lalu lintas orang ataupun kendaraan.

b. Media Format Kecil

Media format kecil yang digunakan ialah selebaran, brosur, poster, kalender, stiker, dan pin. Media format kecil dipilih untuk memudahkan masyarakat dalam

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis menyimpulkan :

1. Strategi komunikasi politik pasangan independen Herman Nazar- Defi Warman pada pemilihan Walikota Pekanbaru periode 2017-2022 menggunakan analisis SWOT yakni *strengh* (kekuatan) : kekuatan yang dimiliki ialah kekuatan dari modal sosial dan modal ekonomi. *Weakness* (kelemahan) : kelemahan yang dialami yaitu tidak adanya jaringan dan basis massa yang kuat seperti yang dimiliki oleh partai politik. *Opportunities* (peluang) : dukungan sebanyak 50.251 foto kopi KTP memberikan peluang bagi pasangan Herman Nazar –Defi Warman untuk bersaing dengan calon lain dalam memenangkan pemilukada Kota Pekanbaru. *Threats* (ancaman) : ancaman yang dihadapi yakni kembalinya pasangan *incumbent* yang memperkecil peluang untuk bisa menang dalam Pemilukada Kota Pekanbaru, serta kurangnya

mengingat pasangan calon. Dan disebarakan ke tempat- tempat atau wilayah yang belum sempat terjangkau oleh pasangan independen Herman Nazar- Defi Warman.

partisipasi masyarakat Kota Pekanbaru dalam mengikuti pemilukada.

2. Penggunaan media kampanye pasangan independen Herman Nazar- Defi Warman ialah menggunakan media tatap muka yaitu dengan terjun langsung ke berbagai tempat di Kota Pekanbaru untuk berkenalan dan berdialog dengan masyarakat. Menggunakan media sosial yakni *facebook* dan *youtube* yang memposting kata - kata, gambar- gambar ataupun mengupload video tentang kegiatan- kegiatan yang dilakukan pada saat kampanye. Media luar ruang yaitu baliho, spanduk dan umbul- umbul yang ditempatkan di lokasi-lokasi strategis, yaitu di tempat- tempat yang ramai dan padat lalu lintas orang ataupun kendaraan. Serta media format kecil yaitu brosur, poster, kalender, stiker, dan pin. Yang dibagikan kepada masyarakat untuk memudahkan masyarakat dalam mengingat pasangan independen Herman Nazar- Defi Warman.

### **Saran**

Adapun saran- saran yang diberikan penulis berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebagai berikut :

1. Kegiatan komunikasi politik yang sudah terbangun dijaga dan ditingkatkan lagi, sehingga masyarakat yang telah berhasil dirangkul tetap memberikan kepercayaannya kepada pasangan independen Herman- Nazar – Defi Warman
2. Pemanfaatan media internet bisa dimaksimalkan. Mengingat pengguna internet saat ini semakin meningkat sehingga bisa mencapai sasaran pemilih lebih luas dan meningkatkan popularitas.
3. Untuk bisa memenangkan pilkada bagi pasangan independen tentu bukan persoalan yang mudah. Namun pasangan independen harus memiliki jaringan massa dan mesin politik yang kuat agar bisa menjangkau semua lapisan masyarakat.

## Daftar Pustaka

Abdullah, Zein. 2008. *Strategi Komunikasi Politik dan Penerapannya*. Bandung : Simbiosis

Anwar, Arifin. 2003. *Komunikasi Politik*, Jakarta : Balai Pustaka

Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi)*, Jakarta : Rineka Cipta. Azwar, S.

Firmanzah.2008. *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor

Harun, Rochajat, dan Sumarno. 2006. *Komunikasi Politik Sebagai Suatu Pengantar*. Bandung : Mandar Maju

Kriyantono, Rahmat. 2012. *Teknik-Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group

Sumber Lain

*UU No. 10/2016 Tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota*, Jakarta: DPR RI.

*UU No. 32/2004 Tentang Pemerintah Daerah*, Jakarta : DPR RI

Nainggolan, Harry. 2013. *Komunikasi Politik Partai Nasional (Nasdem) dalam pembentukan citra menjelang pemilu legislatif 2014 di Provinsi Riau*. Universitas Riau

Dalilah.2016. *Analisis Calon Independen dalam Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Kota Bandar Lampung Tahun 2015*. Universitas Lampung

