

**KOMUNIKASI POLITIK YOPI ARIANTO DALAM MEMENANGKAN
PEMILIHAN UMUM KEPALA DAERAH KABUPATEN**

INDRAGIRI HULU TAHUN 2015

Oleh

Syahlia Rinjani

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

2015 is a party of democracy for Indragiri Hulu community. Yopi Arianto, SE as incumbent candidate successfully re-elected to Regent Indragiri Hulu period 2015-2020 period. This study aims to determine the style of communication politik Yopi Arianto and the use of media in the campaign in the election of regional head of Indragiri Hulu Regency in 2015.

The method of this research is qualitative research method. The informants in this study consisted of Yopi Arianto as Indragiri Hulu District Head, 2 people, and 1 successful team. Techniques of collecting interview data, observation, and documentation.

The results of this study indicate that the victory back Yopi Arianto became Regent Indragiri Hulu Regency in 2015 can be achieved with political communication that he did. This political communication includes the style of political communication as well as the use of media in the campaign. Political communication style Yopi Arianto is known as an energetic, interactive, and close to the people. In addition, the selection of media use in campaigns is also a matter of concern. Yopi Arianto uses some media of kampaye covering media directly or face to face ie communication directly to society, social media in form of facebook which is useful to convey information about activity during campaign progress. In addition, the use of outdoor media such as banners, billboards and banners and the use of small format media in the form of posters, clocks, calendars and T-shirts is also a concern Yopi Arianto in attracting the public to vote himself back in the elections of regional heads in 2015 Regency of Indragiri Hulu.

Keyword: Local Election, Political Communication

Pendahuluan

Pelaksanaan pilkada langsung di Indonesia berangkat dari sebuah landasan berpikir yang ideal, yakni melakukan pemilihan secara demokratis sehingga dapat melahirkan pasangan pejabat eksekutif yang berkualitas dan mampu mengelola pemerintahan secara lebih efektif, efisien, dan produktif serta mampu menyejahterakan seluruh rakyat.

Pilkada bukan hanya memilih penguasa daerah, melainkan lebih mencari pemimpin yang mampu melayani dan mengabdikan untuk kepentingan seluruh rakyatnya. Oleh karena itu Pemilihan umum kepala daerah menjadi salah satu sarana dalam penyampaian pesan-pesan politik yang disampaikan baik berasal dari kandidat maupun partai politik, sehingga keberadaan kepala daerah dalam rangka membentuk kekuasaan tingkat lokal atau daerah yang benar-benar memberikan keefektifan demokrasi. Kaloh (2009:4) menjelaskan tentang awal mula kedudukan dan keberadaan kepala daerah sepanjang sejarah sangat strategis.

Pengertian Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil kepala Daerah berdasarkan undang-undang pasal 1 ayat (1) Peraturan pemerintah Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2005 tentang Pemilihan, Pengesahan, Pengangkatan dan Pemberhentian Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah juncto Peraturan Pemerintah Nomor 49 Tahun 2008 tentang perubahan atas PP Nomor 6 Tahun 2005 adalah “ sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat di wilayah Provinsi dan/atau Kabupaten/Kota berdasarkan Pancasila dan UUD Tahun 1945 untuk memilih Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah.

Salah satu daerah yang juga turut dalam demokrasi pemilihan umum adalah Kabupaten Indragiri Hulu di Provinsi Riau. Pemilihan umum kepala daerah Indragiri Hulu berlangsung pada 9 Desember 2015, mengusung dua pasang calon bupati. Pada nomor urut satu terdapat pasangan Tengku Mukhtaruddin dan Hj. Aminah, SE pasangan yang diusung oleh partai

Demokrat, partai Hanura dan partai Gerindra. Mukhtaruddin merupakan bupati Anambas di Provinsi Kepulauan Riau dengan masa jabatan berakhir pada Agustus 2015, sedangkan Aminah merupakan mantan anggota DPRD Inhu dari partai Demokrat. Sedangkan pada nomor urut dua terdapat pasangan H. Yopi Arianto, SE dengan Khairizal . Yopi Arianto sendiri merupakan bupati yang masih aktif di kabupaten Indragiri Hulu yang berakhir masa jabatannya pada bulan Agustus 2015, sementara Khairizal merupakan pegawai negeri sipil (PNS) di pemerintahan kabupaten Inhu yang menjabat sebagai Kepala Dinas Pertambangan dan Energi (Distamben). Pasangan yang diusung oleh PDIP, Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Partai Keadilan dan Pembangunan Indonesia (PKPI) serta Partai Amanat Nasional (PAN) ini nilai tambah dimana Yopi Arianto merupakan incumbent. Kepala daerah yang masih memerintah atau masih aktif dalam menjalankan program kerja yang ada (incumbent) mempunyai kesempatan sangat besar dalam memenangkan Pemilu pada periode selanjutnya. Posisi strategis untuk pasangan incumbent yang telah mendapat popularitas selama menjabat memberikan kekuatan personal dan dukungan dari partai politik sebagai kendaraan politik dalam usaha mencalonkan kembali menuju pemilihan umum kepala daerah selanjutnya karena telah memiliki akses penguatan di bidang ekonomi, sosial dan politik (kpu.imhukab.go.id).

Kemenangan kembali Yopi Arianto sebagai Bupati di Indragiri Hulu pada tahun 2015 tentunya tidak lepas dari strategi yang digunakan. Dalam konteks ini ialah strategi komunikasi politik. Strategi komunikasi politik merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam memenangkan pemilu. Strategi komunikasi politik merupakan paduan dari perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi politik harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus

dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berubah sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi. Perencanaan strategi komunikasi politik sangatlah penting, tidak hanya untuk mengetahui ke mana arah dari kegiatan komunikasi politik tetapi juga memenangkan dukungan masyarakat secara politik.

Identifikasi Masalah

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

1. Bagaimana gaya komunikasi politik yang dilakukan oleh H. Yopi Arianto, SE dalam memenangkan Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2015?
2. Bagaimana penggunaan media kampanye oleh Yopi Arianto dalam memenangkan Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2015?

Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui gaya komunikasi politik yang digunakan H. Yopi Arianto, SE dalam pilkada Inhu tahun 2015.
2. Untuk mengetahui penggunaan media kampanye oleh H. Yopi Arianto, SE.

Tinjauan Pustaka

1. 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).

2. Strategi Komunikasi Politik

Strategi komunikasi politik suatu partai politik terhadap masyarakat umum sangat diperlukan dalam menghadapi sebuah pemilihan umum. Keberhasilan suatu strategi komunikasi politik oleh partai dalam merencanakan dan melaksanakan akan ikut berperan pada hasil perolehan suara partai politik dalam pemilu. Menurut Firmanzah (2008) strategi komunikasi politik sangat penting untuk dianalisis. Hal tersebut dikarenakan strategi tersebut tidak hanya menentukan kemenangan politik pesaing, tetapi juga akan berpengaruh terhadap perolehan suara partai. Dalam mengkaji strategi komunikasi politik perlu dipahami terlebih dahulu konsep dari strategi itu sendiri.

Strategi memberikan beberapa manfaat melalui kegiatan taktiknya yang mampu membangun dan menciptakan kekuatan melalui kontinuitas serta konsistensi. Selain itu, arah strategi yang jelas dan disepakati bersama akan menyebabkan perencanaan taktis yang lebih mudah dan cepat.

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai

peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendi, 1993). Demikian pula strategi komunikasi politik merupakan paduan dari perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi politik harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berubah sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi. Perencanaan strategi komunikasi politik sangatlah penting, tidak hanya untuk mengetahui ke mana arah dari kegiatan komunikasi politik tetapi juga memenangkan dukungan masyarakat secara politik.

Fungsi utama sebuah perencanaan komunikasi politik adalah menciptakan keteraturan dan kejelasan arah. Fungsi ini merupakan tahap yang harus dilakukan agar strategi komunikasi politik dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

3. Gaya Komunikasi

Menurut Edward T. Hall (Mulyana, 2008:230-232), membagi gaya komunikasi menjadi dua, yaitu gaya komunikasi tingkat tinggi / High Context Culture (HCC) dan gaya komunikasi tingkat rendah / Low Context Culture (LCC). Gaya komunikasi tingkat tinggi mengandung pesan yang kebanyakan dalam konteks fisik, sehingga makna pesan hanya dapat dipahami dalam konteks pesan tersebut. Dalam konteks tinggi, makna terinternalisasikan pada orang yang bersangkutan, dan pesan non verbal lebih ditekankan.

Gaya komunikasi ini merupakan kekuatan kohesif bersama yang memiliki sejarah yang panjang, lamban berubah dan berfungsi untuk menyatukan kelompok, gemar berdiam diri, tidak suka berterus terang, dan terkesan misterius. Menekankan isyarat konstektual, suatu pertanyaan atau jawaban harus dimaknai sesuai konteksnya. Mengharapkan orang lain memahami suasana hati yang tak

terucapkan. Menurut Hall dalam Mulyana (2008), gaya komunikasi konteks tinggi punya kecenderungan lebih besar untuk membedakan orang dalam dari orang luar daripada konteks rendah. Sebaliknya, komunikasi konteks rendah cepat dan mudah berubah, karenanya tidak mengikat kelompok. Dalam gaya komunikasi ini, sibuk dengan spesifikasi, rincian, dan jadwal waktu yang persis dengan mengabaikan konteks. Bahasa yang digunakan langsung dan lugas. Dianggap berbicara berlebihan, mengulang-ulang apa yang sudah jelas.

4. 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

5. Pemilihan Kepala Daerah

Menurut UU Nomor 8 tahun 2012 pasal 1 ayat (1) Pemilihan terdiri dari dua kata, yakni Pemilu (Pemilihan Umum) dan Kada (Kepala Daerah). Pemilu adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Sedangkan kepala daerah terdiri dari gubernur, bupati, dan walikota masing-masing sebagai kepala pemerintah daerah

provinsi, kabupaten dan kota di pilih secara demokratis.

Pemilukada menurut peraturan Pemerintah Nomor 6 tahun 2005 tentang Pemilihan, Pengesahan Pengangkatan dan Pemberhentian Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat di wilayah provinsi dan kabupaten/ kota berdasarkan Pancasila dan UUD 1945 untuk memilih kepala daerah dan wakil kepala daerah.

Undang-undang Nomor 12 Tahun 2008 pasal 56 ayat (1) menyatakan 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. Pasangan calon kepala daerah dan wakil kepala daerah selanjutnya disebut pasangan calon adalah peserta pemilihan yang diusulkan oleh partai politik atau gabungan partai politik atau perseorangan yang didukung oleh sejumlah orang yang telah memenuhi persyaratan.

Proses pelaksanaan pemilukada diatur dalam UU Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah khususnya pasal 65 dan 66, dimana dalam pasal 65 ayat (4) dikemukakan bahwa “masa persiapan pemilukada diatur oleh KPUD dengan berpedoman pada Peraturan Daerah”. Pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah dilaksanakan melalui masa persiapan, dan tahap pelaksanaan. Pelaksanaan dalam tahap tersebut meliputi beberapa tahapan, yakni : a. Penetapan daftar pilih; b. Pendaftaran dan penetapan calon kepala daerah/ wakil kepala daerah; c. Kampanye; d. Pemungutan Suara; e. Perhitungan suara; f. Penetapan pasangan calon kepala daerah/ wakil kepala daerah terpilih ; pengesahan dan pelantikan.

Metode Penelitian

Metode yang dipakai didalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Waktu pelaksanaan penelitian pada bulan Februari

2017 sampai dengan bulan Agustus 2017. Lokasi Penelitian yaitu dilaksanakan di Kabupaten Indragiri hulu. Pemilihan informen dalam penelitian ini menggunakan teknik *Sampling Purposive* yaitu menempatkan orang-orang yang berkaitan langsung dengan komunikasi politik Yopi Arianto.

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). Penulis melakukan observasi melalui media internet yakni *facebook* Yopi Arianto.

Peneliti mewawancarai Yopi Arianto, tim pemenang Yopi Arianto, serta 2 orang masyarakat Kabupaten Inragiri Hulu yang memilih Yopi Arianto. Dokumentasi diambil dari data-data tertulis, film, atau foto-foto yang dimiliki Yopi Arianto.

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.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Gaya Komunikasi politik Komunikasi Politik Yopi Arianto Dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2015.

Yopi Arianto dikenal sebagai pemimpin yang *low profile*, amanah, dan sederhana. Selain itu, usianya yang masih muda dan telah menjabat sebagai Bupati

menjadikan Yopi Arianto sebagai seorang pemimpin muda yang energik dan kreatif.

Gaya komunikasi politik Yopi Arianto dapat dilihat dari komunikasi verbal dan nonverbal yang dilakukannya, baik itu pada saat beliau masih menjabat sebagai Bupati pada periode sebelumnya ataupun pada saat kampanye yang dilakukannya pada pemilihan umum kepala daerah kabupaten Indragiri Hulu tahun 2015.

Komunikasi verbal yang dilakukan Yopi Arianto meliputi Vocabulary, kecepatan, intonasi suara, humor, singkat dan jelas, dan waktu. Yopi Arianto dikenal sebagai sosok yang tegas dan cenderung arogansi dalam menegakkan peraturan.

Komunikasi nonverbal juga digunakan pada saat melakukan komunikasi politik, komunikasi nonverbal berupa bahasa tubuh, sentuhan, komunikasi objek, kronemik, bahasa tubuh, kronemik, lingkungan, proxemik, vokalik.

Setiap politisi memiliki gaya komunikasi politik yang berbeda, termasuk juga komunikasi non verbal yang mereka lakukan. Yopi Arianto dikenal dengan sosok yang santai dan mengenakan kaos di setiap kesempatan bertemu dengan masyarakat dapat dinilai oleh masyarakat sebagai pemimpin yang merakyat. Cara berpakaian Yopi Arianto termasuk ke dalam komunikasi objek, yang merupakan bagian dari komunikasi nonverbal.

Selain itu, bahasa tubuh dan sentuhan yang kerap dilakukan oleh Yopi Arianto juga menjadi penilaian masyarakat terhadap gaya komunikasi politik Yopi Arianto. Ketika seorang politisi memiliki jarak atau ruang dengan masyarakat, tentulah masyarakat akan menjadi kurang bebas dalam berekspresi dan menyampaikan aspirasi. Hal itu juga menjadi patokan bagi masyarakat dalam hal memilih atau tidak calon pemimpin tersebut.

Gaya komunikasi yang dibangun oleh Yopi Arianto mendapat simpati dari masyarakat Indragiri Hulu dan membuahkan hasil dengan terpilih kembali

Yopi Arianto sebagai Bupati Kabupaten Indragiri Hulu periode 2015-2020.

2. Penggunaan Media Kampanye Yopi Arianto

Di dalam komunikasi politik yang dilakukan, penggunaan media sangat mendukung dalam menarik perhatian masyarakat. Pesan akan dapat tersampaikan apabila media yang digunakan tepat. Penggunaan media yang dipilih oleh Yopi Arianto yakni media tatap muka, media sosial, media luar ruang dan media format kecil.

a. Media Tatap Muka atau Secara Langsung

Media tatap muka dipilih Yopi Arianto karena komunikasi ini lebih efektif dalam hal membujuk dan meyakinkan masyarakat. Melalui media tatap muka ini Yopi Arianto akan mendapat umpan balik secara langsung dari masyarakat terhadap pesan yang disampaikan.

Yopi Arianto beserta tim terjun langsung menemui masyarakat untuk melakukan diskusi ataupun menyampaikan informasi terkait penyalonan kembali Yopi Arianto dalam pemilihan umum kepala daerah tahun 2015.

b. Media Sosial

Semakin berkembangnya zaman, media sosial tidak hanya digunakan sebagai media berkomunikasi dan interaksi tetapi juga digunakan untuk media marketing politik. Dimana seorang kandidat dapat mempromosikan diri mereka dengan program-program politik yang dimiliki ke dalam media sosial tersebut.

Penggunaan media sosial dipilih oleh Yopi Arianto karena media ini lebih ekonomis dibandingkan media elektronik maupun media cetak. Media sosial dianggap lebih menghemat biaya karena program kerja, visi misi, atau apapun yang dapat membuat citra pasangan ini menjadi baik dapat dipublikasikan kepada masyarakat dengan cara memposting kata-kata, gambar ataupun mengupload video

dengan gratis tanpa batasan waktu. Media sosial yang digunakan *facebook*.

Untuk penggunaan *facebook* dalam kampanye sendiri, fitur *facebook* yang paling sering digunakan adalah album foto untuk memposting foto-foto dari seluruh kegiatan yang dilakukan, serta *status update* untuk menginformasikan sebuah ide, kegiatan dan hal-hal lain yang akan membuat citra Yopi Arianto itu sendiri. Metode pesan yang digunakan di dalam penggunaan media ini ialah metode *informative*, *educative*, dan *redundancy*. Metode *informative* adalah metode dimana bentuk dan isi pesan memberi penerangan yang artinya menyampaikan pesan sesuai dengan fakta, data, dan pendapat yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Sedangkan *educative*, dikenal juga sebagai salah satu usaha untuk mempengaruhi khalayak mengenai pernyataan politik yang dilontarkan yang dapat diwujudkan ke dalam bentuk pesan yang berisi pendapat, fakta, dan pengalaman. Metode ini dapat disebut juga metode mendidik yang memberikan gagasan kepada khalayak. Selanjutnya metode *redundancy* yakni penyampain pesan secara berulang – ulang. Adanya pengulangan pesan yang disampaikan oleh tim di *facebook* dilakukan agar khalayak membaca, mengingat, kemudian tergerak untuk bertindak. Manfaatnya adalah khalayak akan lebih memperhatikan pesan dan tidak mudah melupakan pesan-pesan itu karena disampaikan berulang-ulang.

C. Media Luar Ruang

Media luar ruang yang digunakan Yopi Arianto 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. Dengan menampilkan foto pasangan calon bupati dan wakil bupati serta membubuhkan tagline “Lanjutkan” pada alat peraga kampanye yang digunakan.

d. Media Format Kecil

Media format kecil juga dimanfaatkan oleh Yopi Arianto sebagai saluran komunikasi politiknya. Media format kecil yang digunakan ialah poster, kalender, baju, dan pin. Pada saat kampanye, penggunaan media format kecil ini juga diatur oleh KPU.

Untuk poster paling besar ukuran 40 cm x 60 cm. Poster biasanya disebar dan ditempel oleh tim diberbagai tempat di Kabupaten Indragiri Hulu. Contohnya ditembok, dipohon atau lainnya yang dapat dilihat jelas oleh masyarakat. Kalender juga mendapat perhatian cukup signifikan bagi Yopi Arianto. Kalender yang memuat visi misi ini merupakan cara yang efektif, karena masyarakat dapat membacanya setiap hari melalui kalender yang dipajang dirumahnya. Dengan menggunakan kalender pasangan ini dapat menyebarluaskan visi-misinya hingga ke daerah terkecil.

Media format kecil dipilih untuk memudahkan masyarakat dalam mengingat pasangan calon. Dan disebar ke tempat-tempat atau wilayah yang belum sempat terjangkau oleh Yopi Arianto sehingga bisa digunakan untuk menjangkau seluruh masyarakat Kabupaten Indragiri Hulu.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis menyimpulkan :

1. Gaya komunikasi politik Yopi Arianto dalam kampanye pemilihan kepala daerah Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2015 yakni dilihat dari Komunikasi verbal dan Komunikasi nonverbal.
2. Gaya komunikasi verbal Yopi Arianto meliputi vocabulary, kecepatan, intonasi suara. Selain itu selera humor Yopi Arianto sera penyampaiannya yang singkat dan jelas membuat beliau dikenal sebagai sosok yang luwes dan tegas.

3. Gaya komunikasi non verbal Yopi Arianto meliputi komunikasi objek, sentuhan, bahasa tubuh, bahasa ruang. Yopi Arianto dikenal dengan pemimpin muda energik dan disenangi oleh masyarakat. Yopi Arianto dengan aksi “Trabas”-nya menggunakan motor trail guna menjemput aspirasi masyarakat di seluruh desa yang tersebar di Kabupaten INHU berhasil menarik simpati masyarakat.
4. Penggunaan media kampanye Yopi Arianto ialah menggunakan media tatap muka yaitu dengan terjun langsung ke berbagai tempat di Kabupaten Pekanbaru untuk berkenalan dan berdialog dengan masyarakat. Menggunakan media sosial yakni *facebook* dengan 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 jam yang dibagikan kepada masyarakat untuk memudahkan masyarakat dalam mengingat Yopi Arianto

Saran

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

1. Komunikasi politik harus tetap dilakukan walaupun sudah dibentuk, sehingga masyarakat tetap selalu mendukung dan percaya terhadap Yopi Arianto walaupun sudah berhasil menjadi Bupati kembali di Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2015-2020.

2. Pemanfaatan media internet agar lebih bisa dimaksimalkan. Mengingat pengguna internet saat ini semakin meningkat sehingga bisa mencapai sasaran pemilih lebih luas dan meningkatkan popularitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian.1993, *Komunikasi Politik dan Sistem Politik Indonesia*, Jakarta: Gramedia
- Almond,Gabriel A & Sidney Verba.1990. *Budaya Politik: Tingkah Laku politik dan Demorasi di Lima Negara*, Jakarta: Bumi Angkasa
- Arifin, Anwar.1992. *Komunikasi Politik dan Pers Pancasila: Suatu Kejadian Mengenai Pers Pancasila*. Jakarta: Yayasan Media Sejahtera.
- Arikunto, Suharsimi.2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Budiardjo,Miriam.1991. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Dan Nimmo.1989, *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan dan Media (Edisi Terjemahan oleh Tjun Surjaman)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana.1993.*Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*.Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Kaloh,J. 2009. *Kepemimpinan Kepala Daerah (Pola Kegiatan, Kekuasaan, dan Perilaku Kepala Daerah dalam Pelaksanaan Otonomi Daerah)*. Jakarta: Sinar Grafika
- Maswadi Rauf.1993, *Indonesia dan Komunikasi Politik*, Jakarta: Gramedia.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nasution.1990, *Komunikasi Politik Suatu Pengantar*, Jakarta: Yudhistira.
- Sukandarmudi.2004.*Metode*

Penelitian .Yogyakarta: Gadjah Mada
University Press
Sumarno & Suhandi.1993, *Pengantar Studi
Komunikasi Politik*, Bandung: Orba
Shakti.Zulkarnaen

*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

