

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PASANGAN CALON BUPATI DANWAKIL BUPATI PAKET SN-KT DALAM MEMENANGKAN PEMILIHAN KEPALA DAERAH SERENTAK2020 DI KABUPATEN MALAKA

Agustinus Teti¹

Email : agusteti081@gmail.com¹

¹Mahasiswa Prodi Ilmu Pemerintahan, FISIPOL-Universitas Timor

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui” Untuk mengetahui strategi komunikasi politik yang telah dilakukan oleh pasangan Dr.Simon Nahak, S.H.,M.H dan Louise Lucky Taolin, S.Sosdalam memenangkan pemilihan pada pilkada serentak 2020 di kabupaten Malaka.Metode Penelitian yang digunakan adalah metode yang bersifat deskriptif kualitatif. Dan sumber data yang digunakan dalam Penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa kemenangan pasagan calon ini dalam memenangkan pemilihan kepala daerah di kabupaten Malaka tidak terlepas dari strategi yang mereka gunakan melalui visi misi program kerja yang ditawarkan dan memanfaatkan isu-isu politik pada kinerja pemimpin kali lalu sebagai pembentukan citra politik di masyarakat guna mempengaruhi masyarakat pemilih,serta komunikasi politik yang mereka bangun di masyarakat baik melalui komunikasi secara langsung maupun komunikasi tidak langsung seperti pemanfaatan median online,media cetak,tokoh adat,kaum perempuan,tokoh pemudah dan melalui pertemuan tatap muka secara langsung dengan masyarakat,strategi komunikas yang baik dan pemanfaatan isu-isu politik yang tepat serta visi misi program kerja yang yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat akan menimbulkan efek baik.hal ini menunjukan bahwa pasangan Dr.SimonNahak, S.H.,M.H dan Louise Lucky Taolin, S.Sos mampu keluar sebagai pemenang dalam pemilihan kepala daerah serentak 2020 dikabupaaten Malaka.

Kata kunci: Strategi, Komunikasi Politik, Pemilihan Kepala Daerah

A. PENDAHULUAN

Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) merupakan suatu wujud nyata dari demokrasi dan menjadi sarana bagi rakyat dalam menyatakan kedaulatan.Kedaulatan rakyat dapat diwujudkan dalam proses Pilkada untuk menentukan siapa yang harus menjalankan pemerintahan suatu wilayah.

Pemilihan Kepala Daerah merupakan amanat dari Undang-Undang Dasar (UUD) Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Dalam ketentuan Pasal 18 ayat 4 dinyatakan bahwa “ Gubernur, Bupati, dan Walikota masing-masing sebagai kepala pemerintahan daerah provinsi, kabupaten, dan kota dipilih secara demokratis. Pilkada di awal reformasi dilakukan atau dipilih oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) dan diselenggarakan setiap lima tahun sekali. Hal ini sesuai dengan UU No. 22 Tahun 1999 yang kemudian diganti oleh UU No. 32 Tahun 2004. Menurut ketentuan dalam UU No.22 Tahun 1999 kepala daerah dipilih oleh DPRD, sedangkan menurut UU No. 32 Tahun 2004 kepala daerah dipilih secara langsung oleh rakyat. Pemilihan Bupati langsung mulai dilaksanakan pada tanggal 1 Juni 2005 dan hampir seluruh kabupaten yang ada di Indonesia telah melaksanakannya, kepala daerah tidak lagi dipilih oleh DPRD, melainkan dipilih secara

langsung oleh rakyat daerah yang bersangkutan. Diberlakukannya UU No. 32 tahun 2004 sebagai pengganti UU No. 22 tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah, diharapkan mampu membawa 2 perubahan bagi bangsa Indonesia dalam rangka mengagendakan reformasi secara demokrasi.

Pemilihan Umum adalah adalah proses pemilihan orang –orang untuk mengisi jabatan-jabatan politik tertentu. Pemilu merupakan salah satu usaha untuk memengaruhi rakyat secara persuasif (tidak memaksa) dengan melakukan kegiatan retorika, public relations, komunikasi massa, lobby dan lain-lain kegiatan. Dalam hubungannya dengan pengembangan demokrasi partisipasi masyarakat sebenarnya tidak hanya sebatas dalam menentukan pemimpinnya saja, tetapi juga menentukan proses demokrasi itu sendiri.

Menjelang pilkada serentak 09 Desember 2020 lalu, setiap pasangan calon tentunya saling berlomba dalam menarik minat masyarakat untuk memilihnya, seperti dalam tujuan komunikasi politik, bahwasannya komunikasi politik bertujuan menarik simpatik khalayak dalam rangka meningkatkan partisipasi politik saat menjelang pemilihan umum atau pemilihan kepala daerah (Pilkada) (Ardial, 2010:44).

Bukan hanya komunikasi politik saja yang dilakukan dengan matang dalam menghadapi persaingan pada pemilihan, akan tetapi sebuah strategi juga diperlukan, guna dapat mencapai tujuan-tujuan yang diharapkan. Strategi komunikasi politik sangat diperlukan untuk persiapan dalam bersaing dengan lawan pasangan calon yang lain, serta membentuk citra yang positif dimata masyarakat. Dalam menghadapi pemilihan seperti ini, para pasangan calon, tim kampanye serta partai pendukung tentunya telah menyusun perencanaan dengan matang, agar strategi yang diusungnya tepat sasaran atau berhasil.

Dalam masa kampanye, para pasangan calon berlomba untuk menjadi yang terpilih, yang dimana masyarakat sebagai sasaran tujuan untuk menyampaikan komunikasi politik yang berkaitan dengan tujuan-tujuan politik para calon. Masyarakat adalah harapan terbesar untuk para pasangan calon, strategi yang diusung dengan matang dan terorganisir tentunya dapat menarik khalayak untuk memilihnya.

Pemilukada langsung Kabupaten Malaka diikuti oleh Dua pasangan calon yaitu paket 01 Dr. Simon Simon, S.H., M.H Nahak bersama Louise Lucky Taolin, S.Sos (SN-KT) didukung oleh PSI, PKB, dan PERINDO. 5 kursi dari 25 kursi di DPRD Malaka, dan paket 02 dr. Stefanus Bria Seran M.PH bersama Wandelinus Taolin (SBS-WT) didukung Partai Golkar, PDIP, NASDEM, DEMOKRAT, dan GERINDA. 20 kursi dari 25 kursi di DPRD Malaka. Dari kedua pasang calon tersebut, satu pasangan calon kepala daerah Kabupaten Malaka tersebut merupakan calon petahana (incumbent) yang sebelumnya merupakan bupati di Malaka periode sebelumnya yaitu dr. Stefanus Bria Seran MPH.

Ada sebuah fenomena menarik dalam ajang pemilukada Kabupaten Malaka yaitu terdapatnya petahana yang sebagian besar menang dalam setiap menduduki kursi orang nomor satu di daerah. Hal tersebut terjadi karena, selain memiliki dukungan beberapa jaringan dan mesin politiknya yang cukup solid, kandidat petahana ini mempunyai image position sebagai pejabat yang populer di mata publik. Apalagi jika proses tersebut ditopang dengan kinerja figur yang positif tentunya akan semakin memperkuat korelasi antara pemilihan dan calon kandidat dalam hal memperoleh kemenangan (Firmanzah 2010: 229). Upaya petahana untuk melanjutkan kekuasaan sebagai orang nomor satu di Malaka untuk kedua kalinya rupanya tidaklah mudah. Betapa tidak, petahana akan menemui jalan yang cukup terjal.

Meskipun begitu, jika berkaca dari perjalanan kepemimpinan petahana dapat dikalkulasi kekuatan yang mungkin sudah dibangun petahana. Karena bagaimana pun petahana masih sedang berkuasa, dan mungkin saja segala daya upaya telah sedang dilakukan petahana dalam menghadapi demokrasi lima tahunan di Malaka pada Desember 2020 lalu.

petahana 02 dr. Stefanus Bria Seran, MPH dan Wandelinus Taolin (SBS-WT) yang diduga akan menang kembali ternyata kalah oleh Paslon Dr. Simon Nahak S.H., M.H dan Louise Lucky Taolin, S.Sos (SN-KT) hanya dalam satu putaran pemilu saja. Hasil pemilukada langsung Kabupaten Malaka menggambarkan perolehan suara dari kedua kandidat pasangan calon SN-KT. Pasangan yang diusung oleh Partai PERINDO, PKB, dan PSI berhasil memperoleh suara (50,5%) atau 50.890 suara pasangan calon Petahana, yaitu SBS-WT yang diusung partai GOLKAR, PDIP, NASDEM, DEMOKRAT, HANURA, dan GERINDRA (49,5%) atau 49.906 suara.

Berdasarkan hasil perolehan suara di atas, maka terlihat bahwa pasangan dengan nomor urut 01 yaitu Dr. Simon Nahak, S.H., M.H dan Louise Lucky Taolin, S.Sos merupakan pemenang pilkada Kab. Malaka dan menjadi bupati dan wakil bupati pada periode 2021-2026. Kemenangan pasangan ini tentu tidak bisa dilepaskan oleh strategi yang mereka gunakan untuk mendapatkan dukungan penuh dari masyarakat setempat. Untuk mendapatkan dukungan tersebut banyak hal yang mereka lakukan seperti: melakukan komunikasi politik melalui media sosial, poster, brosur, dan melakukan komunikasi interpersonal atau yang disebut juga komunikasi tatap muka yang dilakukan dengan mengunjungi kelompok-kelompok masyarakat.

Selain itu juga Pasangan ini Selama masa kampanye hingga sebelum pelaksanaan pemilihan pasangan ini melakukan pendekatan dengan masyarakat secara langsung, dari desa ke desa telah disinggahinya untuk bisa berkomunikasi serta bisa lebih dekat dengan masyarakat. pasangan Dr. Simon Nahak, S.H., M.H sbersama Louise Lucky Taolin, S.Sos dilihat dari Visinya lebih menenkan pada budaya mengedepankan adat "*sabete – saladi/hakneter-haktaek*" yang menjadi ciri khas masyarakat Kabupaten Malaka. dengan Misi program kerja SAKTI (**S**: swasembada pangan, **A**: adat-istiadat, agama, seni budaya, dan olahraga, **K**: kualitas, **T**: tata kelolah, **I**: infrastruktur) dan tambah lagi janji politik oleh pasangan ini yang akan membrantas korupsi, Kolusi, Nepotisme (KKN)

yang ada di Kabupaten Malaka pada masa kepemimpinan dr. Stefanus Bria Seran, MPH secara tuntas. Tentunya hal ini membuat timbul rasa penasaran dan sipatik pada benak masyarakat Malaka.

Strategi yang digunakan oleh paket Dr. Simon Nahak, S.H.,M.H dan Louise Lucky Taolin, S.Sos bersama partai pengusungnya dapat dikatakan berhasil, pasalnya banyak elemen masyarakat yang mendukung pasangan ini dengan didukung kaum perempuan yang menamakan diri Sis SN-KT, para petani, tokoh adat, tokoh agama, kalangan pegawai Negeri Sipil (PNS), kalangan pelajar yang sudah memiliki hak pilih yang dimana ikut berjuang dalam memenangkan paket ini. Dan yang menarik disini masyarakat ikut berpartisipasi dalam membiayai setiap kali kampanye pasangan calon ini seperti meyumbang bahan

makan dan minuman berupauang, beras, singkong, jagung, dan bahan makan lainnya pada saat pasangan calon ini datang untuk meyampaikan visi dan misinya.

Dengan unggulnya perolehan suara yang diraup oleh pasangan calon bupati dan wakil bupati Dr.Simon Nahak, SH,.MH dan Louise Lucky Taolin, S.Sos peneliti menduga bahwasannya strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh pasangan ini lebih baik bila dibandingkan dengan pasangan lawan bersaing. Pasalnya banyak masyarakat Malaka yang menaruh harapan dan keyakinan penuh kepada pasangan tersebut dengan memberikan hak suaranya dengan cara memilih Dr.Simon Nahak, SH,.MH dan Louise Lucky Taolin, S.Sos sebagai pilihan dalam pelaksanaan pilkada.

Kemenangan pasangan nomor urut 01 ini juga tidak bisa dilepaskan oleh faktor baik yang bersifat internal seperti pengaruh tokoh politik pasangan lawannya yang pernah menjabat sebagai bupati pada periode lalu, Selain itu factor eksternal yang beredar dimasyarakat berupa kurangnya kepercayaan masyarakat akan pasangan Dr.Stefanus Bria Seran, MPH karena masa kepemimpinan sebelumnya lebih memperhatikan masyarakat hanya dari berbagai kalangan Dan minimnya pembangunan yang ada di kabupaten Malaka serta ditambah lagi stickmen negative seperti isu-isu kasus korupsi beredar pada masa kepemimpinannya. Hal ini membuat sebagian masyarakat hilang kepercayaannya. Sehingga keadaan ini dimanfaatkan sebagai suatu peluang untuk untuk mengalahkan paket Dr.Stefanus Bria Seran dan Wandelinus Taolin.

Dengan unggulnya perolehan suara yang diraup oleh pasangan calon bupati dan wakil bupati Dr.Simon Nahak, S.H.,M.H dan Louise

Lucky Taolin, Sos peneliti menduga bahwasannya strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh pasangan ini lebih baik bila dibandingkan dengan pasangan lawan bersaing. Pasalnya banyak masyarakat Malaka yang menaruh harapan dan keyakinan penuh kepada pasangan tersebut dengan memberikan hak suaranya dengan cara memilih Dr.Simon Nahak, S.H.,M.H dan Louise Lucky Taolin, Sos sebagai pilihan dalam pelaksanaan pilkada.

Strategi komunikasi politik yang matang yang dilakukan oleh pasangan calon SN-KT yang dimana paket ini lebih melakukan pendekatan melalui *fukun* (tokoh adat) dan *nain*(raja) atau orang-orang yang berkharisma yang dianggap masih memiliki sirsila keturunan Raja-Raja di kabupaten Malaka. serta dilihat dari visi dan misi pasangan calon ini akan melestarikan dan mengedepankan adat dan budaya yang menjadi ciri khas di kabupaten Malaka, karna dilihat dari kehidupan keseharian masyarakatnya masih sangat kental dengan adat dan budaya sehingga hal ini sangat membantu dalam menyukseskan kemenangan pada pilkada serentak tahun 2020 lalu di Kabupaten Malaka.

Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian. Peneliti ingin mengetahui bagaimanakah strategi komunikasi politik yang digunakan serta dilakukan oleh pasangan calon Dr.Simon Nahak, S.H.,M.H dan Louise Lucky Taolin, Sos di Kabupaten Malaka pada Pilkada serentak 2020 hingga keluar sebagai pemenang.

1. Konsep Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani *strategos*, yang berarti Jenderal. Oleh karena itu kata strategi secara harfiah berarti "Seni dan Jenderal". Kata ini mengacu pada apa yang merupakan perhatian utama manajemen puncak organisasi. Secara khusus, strategi adalah penempatan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.

a) Bentuk-bentuk Komunikasi Politik

Komunikasi politik memiliki beberapa tujuan penting antara lain, untuk membentuk citra politik yang baik dalam masyarakat, menciptakan *public opinion* atau pendapat umum, dan untuk ikut berpartisipasi dalam pemilihan umum serta untuk memengaruhi kebijakan-kebijakan publik dalam segala segi kehidupan berbangsa, dan bermasyarakat .

Jurnal Poros Politik

ISSN : 2528-0953

Terdapat berbagai macam bentuk komunikasi politik, namun bentuk-bentuk yang sudah biasa digunakan oleh para politikus adalah; Retorika politik, Agitasi politik, Propaganda Politik, *Public Relations* Politik

Secara umum *public relations* dipahami sebagai suatu usaha penyampaian ideal atau pesan kepada masyarakat sebagai bentuk politik, namun juga dipakai dalam komunikasi lain, seperti komunikasi *Public relations* politik adalah bentuk kegiatan dalam melakukan hubungan dengan masyarakat secara jujur, terbuka, rasional dan timbal balik sehingga dapat terjalin hubungan yang harmonis antara pemerintah dan masyarakat, yang di mulai dengan menciptakan rasa memiliki bagi masyarakat.

1. Kampanye politik

Ada berbagai macam kampanye politik diantaranya sebagai berikut:

- 1) dengan menggunakan media massa melalui jenis media perantara, yaitu: media elektronik, media cetak, atau poster.
- 2) kampanye interpersonal, adalah kampanye yang dilakukan terhadap diri sendiri atau lebih kepada sikap-sikap pribadi. Hal-hal yang biasanya "dilakukan oleh para kandidat (atau istrinya, kerabat dekat, dan juru bicara utama) dalam setting yang relative informal.

c). Fungsi Komunikasi Politik

Fungsi komunikasi politik adalah struktur politik yang menyerap berbagai aspirasi, perspektif, dan ideal serta gagasan yang berkembang dalam masyarakat dan menyalurkan kembali sebagai bahan dalam penetapan kebijakan.

1. Sebagai komunikasi sosial Fungsi komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu sangat lah penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, kelangsungan hidup, memperoleh kebahagiaan, dan menjalin hubungan dengan orang lain. Karena komunikasi merupakan hal yang urgensi dalam kehidupan manusia maka komunikasi menjadi media untuk melakukan interaksi dengan orang lain dan masyarakat luas guna untuk mencapai tujuan bersama,
2. Sebagai komunikasi ritual
Suatu komunitas yang sering mengadakan acara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *Riset rites of passage*. Mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, dan lain-lain. Dalam acara seperti ini orang

tersebut mengatakan kata-kata atau perilaku tertentu yang simbolik. Seperti berdoa, shalat, membaca kitab suci, naik haji, dan lainnya. Demi menunjukkan komitmen mereka terhadap sebuah kepercayaan ataupun jati diri mereka.

3. Sebagai komunikasi instrumen

Komunikasi instrumen mempunyai beberapa tujuan umum yaitu menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan tindakan, dan juga menghibur. Sebagai instrumen komunikasi tidak saja kita gunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan namun kita juga akan menghancurkan tujuan pribadi dan pekerjaan, baik yang tujuannya jangka pendek ataupun jangka panjang. Untuk jangka pendek misalnya untuk memperoleh pujian, menumbuhkan kesan yang baik, memperoleh simpati, empati, keuntungan material, ekonomi, dan politik.

d). Tujuan Komunikasi Politik

Tujuan komunikasi politik sangat terkait dengan pesan politik yang disampaikan komunikator politik. Sesuai dengan tujuan komunikasi, maka tujuan komunikasi politik itu adakalanya sekedar penyampaian informasi politik, pembentukan citra politik, pembentukan publik opinion (pendapat umum). Selanjutnya komunikasi politik bertujuan menarik simpatik khalayak dalam rangka meningkatkan partisipasi politik saat menjelang pemilihan umum atau pemilihan kepala daerah (PILKADA).

e). Media Komunikasi Politik (Saluran)

Media komunikasi sebagai alat transformasi pesan-pesan komunikasi dari penguasa kepada masyarakat. Media komunikasi menjadi pusat perhatian penguasa sebagai alat untuk mendapat legitimasi rakyat di dalam memperkuat kedudukan penguasa melalui informasi-informasi yang disampaikan. Dalam menyampaikan komunikasi politik para komunikator politik menggunakan saluran komunikasi politik dan saluran komunikasi persuasif politik yang memiliki kemampuan menjangkau lapisan masyarakat, bangsa, dan negara.

Tipe-tipe saluran komunikasi politik yang dimaksud meliputi:

1. Komunikasi massa

Adalah proses penyampaian pesan (message) oleh komunikator politik kepada komunikan (khalayak) melalui media komunikasi massa, seperti surat kabar, radio, televisi.

2. Komunikasi Interpersonal

Adalah proses penyampaian pesan (message) oleh komunikator kepada komunikan (khalayak) secara langsung atau tatap muka (face to face). Contohnya

dialog, lobby, komfrensi tingkat tinggi (KTT), temui publik, rapat umum, komfrensi pers, dan lain-lain

f). Unsur-Unsur Komunikasi Politik

Unsur-unsur yang terdapat dalam komunikasi politik di antaranya sebagai berikut: 1. Komunikator Politik Komunikator politik adalah mereka yang dapat memberi informasi tentang hal-hal yang mengandung makna mengenai politik. misalnya presiden, menteri, anggota DPR, politisi, dan kelompok-kelompok penekan dalam masyarakat yang bisa mempengaruhi jalannya Pemerintahan, 2. Pesan Politik Pesan politik ialah pernyataan yang disampaikan, baik secara tertulis maupun tidak tertulis, baik secara verbal maupun nonverbal, tersembunyi maupun terang-terangan, baik yang disadari maupun tidak disadari yang isinya mengandung politik. Misalnya pidato politik, pernyataan politik, buku, brosur dan berita surat kabar mengenai politik, dll, 3. Saluran atau Media Politik Saluran atau media politik ialah alat atau sarana yang digunakan oleh para komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan politiknya. Misalnya media cetak, media elektronik, media online, sosialisasi, komunikasi kelompok yang dilakukan partai, organisasi masyarakat, dsb, 4. Sasaran atau Target Politik Sasaran adalah anggota masyarakat yang diharapkan dapat memberikan dukungan dalam bentuk pemberian suara kepada partai atau kandidat dalam Pemilihan Umum. Mereka adalah pengusaha, pegawai negeri, buruh, pemuda, perempuan, mahasiswa, dan sebagainya. 5. Pengaruh atau efek Komunikasi Politik Efek komunikasi politik yang diharapkan adalah terciptanya pemahaman terhadap sistem pemerintahan dan partai-partai politik, keaktifan masyarakat dalam partisipasi politik, dimana nantinya akan berdampak pada pemberian suara dalam Pemilihan Umum. Pendekatan komunikasi politik

g). Definisi Kampanye

Menurut Nursal (2004) dalam Firmanzah mengkategorikan tiga strategi yang dapat dilakukan partai politik untuk mencari dan mengembangkan pendukung selama proses kampanye politik. (Firmanzah, 2008:217) pemasaran Langsung: Strategi ini lebih berfokus pada isu-isu yang penting bagi *electorate* dan bukan hanya menjual kandidat atau partai sebagai sebuah komoditas. Pesan komunikasi pada strategi ini bisa disampaikan langsung oleh kandidat atau partai, tapi bisa juga melalui relawan yang dating membagikan brosur, *flyer*, *sticker*, dan sebagainya. 2. pemasaran tidak langsung: Penyampaian pesan pada strategi ini dilakukan melalui media massa baik elektronik, cetak, luar

ruang, mobile dan internet. Strategi ini mempunyai kelebihan dapat dengan banyak memberikan pesan kepada khalayak, namun kurang dapat terukur sasarannya.

h). Efek (Umpan Balik/ Feedback)

Strategi pada dasarnya adalah perencanaan (*Planning*) dan manajemen (*Management*) untuk mencapai sebuah tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang akan menunjukkan arah usaha, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Starategi Komunikasi Politik yang dimaksud disini adalah upaya dalam memenangkan pilkada Bupati/Wakil Bupati pasanagan Drs. Simon Nahak, S.H., M.H dan Louise Lucky Taolin S.sos tersebut berhasil meraih kemenangan, Jika dilihat dari visi dan misi sosok Dr. Simon Nahak, S.H., M.H dan Louise Lucky Taolin, S.Sos melalui visinya yang akan mengedepankan adat dan budaya yang menjadi khas kabupataen Malaka dan janji akan membrantas semua dugaan kasus korupsi yang ada di kabupaten Malaka serta di tambah program kerja yang ditawarkan baik secara langsung seperti prtemuan secara tatap muka degan keleompok-kelompok masyarakat dan melalui media lainnya seperti media massa, cetak (koran, brosur, poster dan spanduk). sehingga menang dalam pilkada tahun 2020 karena menarik bayak simpatik dari berbagai elemen masyarakat di kabupaten Malaka, Menangnya pasangan ini tentu tidak bisa dilepaskan dari strategi komunikasi politik yang digunakan oleh tim suksesnya baik dalam berkamprnye atau pun berinteraksi dengan masyarakat yang ikut serta dalam pemilihan kepala daerah tersebut.

c). Pilkada

Pemilihan Kepala Daerah secara langsung yang sering disebut sebagai Pilkada menjadi bukan sebuah perjalanan sejarah baru dalam dinamika kehidupan. Pemilihan Umum Kepala Derah atau yang biasa disingkat dengan Pilkada adalah pemilihan umum untuk memilih Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah secara langsung di Indonesia oleh penduduk daerah setempat yang memenuhi syarat. 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 UUD tahun 2007 tentang penyelenggaraan Pemilihan Umum Pasal 1. Provinsi dan Kabupaten/Kota berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945

untuk memilih Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah. Pada Pasal 62 dinyatakan bahwa ketentuan mengenai pemilihan Kepala Daerah diatur dengan Undang-Undang. Undang-Undang Dasar 1945, memang tidak pernah menyebut mengenai pemilihan Kepala Daerah. Pada Pasal 22E ayat (2) yang berbunyi "Pemilihan Umum diselenggarakan untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Presiden dan Wakil Presiden dan Dewan Perwakilan Daerah".

B. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian yang bersifat kualitatif dengan metode deskriptif, yaitu suatu penelitian dengan mengumpulkan data lapangan dan menganalisis serta menarik kesimpulan dari data tersebut agar penelitian dapat dilakukan secara sistematis dan terprogram.

Hal ini juga sesuai dengan penjelasan yang dikemukakan oleh Mohd. Nazir yang menyatakan bahwa: Metode deskriptif adalah metode dalam meneliti sesuatu kondisi, suatu pemikiran atau peristiwa pada masa sekarang ini, yang bertujuan untuk membuat deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki.

2. Fokus Penelitian

Yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah; Strategi Komunikasi Politik pasangan calon bupati dan wakil bupati paket SN-KT dalam memenangkan Pemilihan kepala daerah serentak tahun 2020 di kabupaten malaka.

a). Defenisi konsepsional

Defenisi konsepsional merupakan suatu pembatasan pengertian terhadap suatu masalah supaya tidak terjadi kesalahpahaman dalam memberikan arti terhadap suatu konsep.

Berdasarkan penjelasan diatas maka yang menjadi defenisi konsepsional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi politik merupakan panduan dari perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan, untuk mencapai tujuan strategi komunikasi politik harus menunjukkan operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berubah sewaktu-waktu, bergantung pada situasi dan kondisi
2. Pemenangan pilkada serentak 2020
Dalam kemenangan serentak pilkada 2020 sejumlah partai politik mengklaim

kemenangannya secara nasional di pilkada serentak 2020. mereka mengumumkan kemenangannya sebagai daerah-daerah yang melaksanakan pilkada.

b). Defenisi Operasional

Konsep diatas dapat di operasionalisasi dengan indikator-indikator sebagai berikut:

1. Strategi
 - a. Visi dan misi
 - b. Pembentukan citra politik
2. Saluran komunikasi
 - a. Komunikasi Tidak Langsung: (tokoh politik dan partai politik).
 - b. Komunikasi Langsung: (pendekatan ketokoh adat, tokoh pemuduh dan kaum perempuan).
3. upan balik atau efek

3). Penentu Informen

Sumber data atau penentu informen yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1). Data primer yaitu data yang bersumber dari hasil wawancara langsung dengan pasangan bupati terpilih kabupaten Malaka Dr. Simon Nahak, S.H., M.H bersama Louise Lucky Taolin, S.Sos maupun informan lainnya yang terdiri dari: Partai PKB 3 Orang, Partai Perindo 3 Orang, Partai PSI 3 Orang, Tim Korlap (koordinasi lapangan) 3 Orang, Tim Kordes (koordinasi desa) 3 orang, Masyarakat pemilih 10 Orang

Jadi total keseluruhan informen ini adalah 27 orang

- 2). Data sekunder yaitu dokumen yang bersumber dari buku-buku hasil penelitian, media cetak dan dokumen-dokumen lainnya berkaitan yang dapat digunakan sebagai informasi pendukung dalam menganalisis data primer.

4). Teknik Pengumpulan Data

Teknik atau cara pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah teknik dalam memperoleh melalui pengamatan terhadap suatu obyek atau orang pada periode tertentu yang terjadi pada kemenangan Bupati dan wakil Bupati terpilih di pemilihan pilkada kabupaten Malaka

1. Dokumentasi

Tujuan dari penggunaan bahan dokumen dalam penelitian ini yaitu untuk melukiskan secara umum bagaimana strategi yang dilakukan dan sejauh mana pengaruh strategi yang telah terjadi pada kemenangan Bupati dan Wakil Bupati pada tahun 2020 di Kabupaten Malaka. selain itu penulis juga akan melakukan

pengumpulan data tentang peristiwa-peristiwa yang terjadi pada Pilkada tersebut dengan mengambil data ataupun gambar-gambar langsung pada bupati dan wakil bupati terpilih, partai pengusung, tim pemenangan dan masyarakat pemilih Kabupaten Malaka.

2. Wawancara

Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung dua arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancarai.

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua belah pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Metode ini dilakukan dengan cara bertemu langsung dengan pihak yang terkait dengan proses Pilkada Kabupaten Malaka seperti bupati dan wakil bupati terpilih, partai pengusung, masyarakat pemilih, hingga tim pemenangan yang berdomisili di Malaka yang terlibat langsung pada kemenangan Bupati dan Wakil Bupati pada tahun 2020 di kabupaten Malaka. Adapun proses wawancara dilakukan dengan cara *face to face* (tatap muka) serta mengajukan beberapa pertanyaan yang akan disiapkan peneliti.

Wawancara yang merupakan alat untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya akan dilakukan dengan cara terbuka, bebas, dan tidak terlepas dari permasalahan yang sedang diteliti. Sehingga hasil dari wawancara tersebut peneliti dapat mengetahui bagaimana strategi komunikasi politik yang digunakan pasang bupati dan wakil terpilih dalam menang pada pilkada serentak tahun 2020 di kabupaten Malaka.

5). Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, penulis mengolah data yang berasal dari hasil wawancara dengan menggunakan teknik analisis data berdasarkan hasil wawancara. Artinya, setiap data dari hasil wawancara dimasukkan kedalam penelitian seadanya, kemudian mengambil beberapa kesimpulan serta memberi saran-saran yang bersifat membantu penyempurnaan kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini.

Dalam menganalisis data yang sudah terkumpul penulis menggunakan metode kualitatif. yaitu untuk menganalisis data atau jawaban yang telah diperoleh dari narasumber atau responden tentang permasalahan yang berkaitan langsung dengan pertanyaan yang

diajukan oleh peneliti. Dengan demikian, teknik analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh wawancara, catatan lapangan, dokumentasi, dan data lainnya yang berkaitan langsung dengan hal yang diteliti, sehingga mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

Untuk analisis datanya, menggunakan model Miles & Huberman. Teknik analisis ini pada dasarnya terdiri dari tiga komponen yakni :

1. meringkas data Reduksi data (*data reduction*) terdiri dari beberapa langkah, yaitu : Langkah pertama, editing, pengelompokan. Langkah kedua, menyusun kode-kode dan catatan-catatan mengenai berbagai hal, termasuk yang berkenaan dengan aktivitas serta proses-proses sehingga peneliti dapat menemukan tema-tema, kelompok-kelompok dan pola-pola,
2. *display*) adalah melibatkan langkah-langka mengorganisir data, yakni menjalin Penyajian data (*data* (kelompok) data yang satu dengan (kelompok) data yang lain sehingga seluruh data yang dianalisis benar-benar dilibatkan dalam satu kesatuan karena dalam penelitian kualitatif data biasanya beranekaragam perspektif dan terasa bertumpuk maka penyajian data pada umumnya diyakini sangat membantu proses analisis.
3. Penarikan serta pengujian kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*), dimana peneliti mengimplementasikan prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola-pola data yang ada dan atau kecenderungan dari display data yang telah dibuat. Yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini yang berkaitan dengan Strategi Komunikasi Politik pasangan bupati dan wakil bupati (Drs. Simon Nahak, S.H., M.H dan Louise Lucky Taolin, S.Sos) dalam kemenangan Pilkada serentak tahun 2020 di kabupaten malaka.

C. PEMBAHASAN

1. Strategi

Menurut Pearce II dan Robinson (2008:2) , strategi adalah rencana berskala besar, dengan orientasi masa depan, guna berinteraksi dengan kondisi persaingan untuk mencapai tujuan.

Sesuai hasil penelitian yang ada maka peneliti menyimpulkan bahwa visi dan misi program kerja yang dibuat atau dibentuk oleh paket SN-KT dan para tim suksesnya sesuai dengan kepentingan masyarakat dan sesuai dengan kebutuhan

masyarakat dan ditambah lagi pembentukan citra politik yang diambil pada kepemimpinan kali lalu berupa kasus-kasus dugaan korupsi diangkat menjadi satu isu untuk menarik dan mempengaruhi masyarakat pemilih.

2. Saluran Komunikasi Politik

Media komunikasi sebagai alat transformasi pesan-pesan komunikasi dari penguasa kepada masyarakat. Media komunikasi menjadi pusat perhatian penguasa sebagai alat untuk mendapat legitimasi rakyat di dalam memperkuat kedudukan penguasa melalui informasi-informasi yang disampaikan. Dalam menyampaikan komunikasi politik para komunikator politik menggunakan saluran komunikasi politik dan saluran komunikasi persuasif politik yang memiliki kemampuan menjangkau lapisan masyarakat, bangsa, dan negara.

Media komunikasi politik atau saluran yang digunakan dalam kampanye yang dipakai oleh paket SN-KT yaitu dengan cara publikasi melalui media komunikasi langsung seperti: pertemuan kelompok dengan masyarakat tokoh pemudha, kaum perempuan, tokoh adat dll. atau tatap muka dan media komunikasi tidak langsung seperti pemanfaatan media online watsaap, facabook, poster, tokoh politik dan simpatisan sehingga para pemilih dapat mengetahui dan tertarik dengan produk yang disampaikan.

Sesuai hasil penelitian yang ada maka peneliti menyimpulkan bahwa pemanfaatan media komunikasi baik secara langsung maupun tidak langsung dalam promosi yang dilakukan oleh paket SN-KT dan tim sukses dipersiapkan dengan baik sehingga proses periklanannya berjalan dengan baik dan dapat mempengaruhi pemilih untuk bisa memilih tang tepat.

3. Umpan Balik / Efek

berkaitan dengan perubahan perilaku, pengetahuan dan pemahaman dalam melaksanakan pesan komunikasi politik yang diterimanya dari komunikator politik. Perwujudan efek komunikasi politik yang timbul adalah dapat berupa "partisipasi politik" nyata untuk memberikan suara dalam pemilihan umum dan bersedia melaksanakan kebijakan serta keputusan politik yang dikomunikasikan oleh komunikator politik.

Sesuai hasil penelitian yang ada maka peneliti menyimpulkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan paket SN-KT dapat dikatakan cukup baik pasalnya semua Visi Misi melalui program yang ditawarkan kepada masyarakat sangat diterima oleh masyarakat karna sesuai dengan kebutuhan masyarakat. semuanya tidak terlepas dari

strategi komunikasi yang mereka gunakan pada massa kampanye baik secara langsung maupun tidak langsung melalui pemanfaatan media massa, tokoh politik, tokoh adat, kaum perempuan dan simpatisan lainnya sehingga keluar sebagai pemenang pilkada serentak 2020 di Kabupaten Malaka.

Hasil pemilu pada langsung Kabupaten Malaka menggambarkan perolehan suara dari kedua kandidat pasangan calon SN-KT. Pasangan yang diusung oleh Partai PERINDO, PKB, dan PSI berhasil memperoleh suara (50,5%) atau 50.890 suara pasangan calon Petahanan, yaitu SBS-WT yang diusung partai GOLKAR, PDIP, NASDEM, DEMOKRAT, HANURA, dan GERINDRA (49,5%) atau 49.906 suara.

D. PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah ada diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Strategi Komunikasi Politik pasangan bupati dan wakil bupati (Dr.Simon Nahak, S.H., M.H dan Louise Lucky Taolin, S.Sos) dalam kemenangan Pilkada serentak tahun 2020 di kabupaten malaka. berakhir dengan membuahkan hasil yang memuaskan.

Strategi kemenangan yang digunakan oleh paket SN-KT yaitu strategi komunikasi politik:

pertama, Strategi yaitu menciptakan sebuah produk politik yang berisi visi dan misi yang menarik dan bagus dan berupa program kerja yang sangat menyentuh sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Namun bukan dilihat dari visi dan misi saja tetapi dilihat dari pembentukan citra politik yang menjadi salah satu taktik untuk mempengaruhi perilaku masyarakat pemilih. Kedua, saluran komunikasi politik yang digunakan dalam Melakukan promosi yaitu melalui komunikasi langsung seperti tatap muka dengan masyarakat, tokoh adat, tokoh pemudha, dan kaum perempuan maupun komunikasi secara tidak langsung melalui pemanfaatan media masa berupa media online dan media cetak berupa facebook, watsaap sehingga mengetahui dan memperoleh informasi dan mengenai kandidat sehingga mempengaruhi dan masyarakat merasa tertrik dalam memilih sehingga paket SN-KT keluar sebagai pemenang pilkada serentak 2020 di kabupaten Malaka.

2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, adapun saran yang dapat dikemukakan penulis adalah :

- 1) Untuk Bupati dan Wakil Bupati terpilih kabupaten Malaka periode 2020 -2026 supaya dapat menjangkau yang sudah

Jurnal Poros Politik ISSN : 2528-0953

menjadi visi dan misi serta program kerja yang telah disampaikan saat kampanye guna membangun kabupaten Malaka kearah yg lebih baik.

- 2) Untuk pemenang dalam melakukan komunikasi politik ketika pesan yang di sampaikan kepada masyarakat harus jelas dan dilakukan pemantauan ulang kembali pesan yang sudah disampaikan diterima atau tidak.
- 3) Untuk pemenang perlu menjalankan amanah yang sudah dipercayakan oleh masyarakat sehingga segala keluhan kebutuhan masyarakat yang sudah disampaikan kepada pemimpin bisa dapat diindahkan dan menjadi lebih baik dari sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

Anwar Arifin, *Komunikasi Politik: paradigma teori, aplikasi dan komunikasi politik Indonesia*, Jakarta : Balai Pustaka, 2003.

Ardial, 2010. *Komunikasi Politik*, Jakarta: Indenks

Firmanzah, (2008). *Marketing Politik*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia

Firmanzah, 2010. *Persaingan, Legitimasi, Dan Marketing Politik*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia

Fitriyah, (2005). *Sistem dan Proses Pilkada Secara Langsung*. Analisis CSIS. Vol 34. hal291-310

Mcnair, Brian. 2003. *An Introduction to Political Communication*, New York-

London:

Routledge Taylor & Francis Group.

Nursal, Adman. 2004. *Political Marketing*, Jakarta: Gramedia.

Pawito. 2009. *Komunikasi Politik Media Massa dan Kampaye Pemilihan*, Yogyakarta: Jalasutra.

Rogers dan Storey, 1987. *Communication Campaing*. Dalam C.R. Berger & S.H.

Chaffe (Eds.). *Handbook of Communication Science*. New Burry Park : Sage

Robinson, (2008). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat

Tjiptono, Fandy. (2006). *Strategi Pemasran*. Yogyakarta: Andy Offset

Venus, 2004. *Manajemen Kampaye ; Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampaye*. Bandung :

Simbiosis Rekatama Media.

Sumber lain:

Jurnal:

Narendra, Rosa Arista, (2012). *Strategi Komunikasi Politik Pasangan Bambang Icek Dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Grobongan Tahun 2011*. Tesis. Semarang: UNDIP

Hadi Sucahyono (2012) *Strategi Pemenangan Pasangan Yuliyanto, SE., MM-H. Muh Haris, SS., M.Si dalam Pemilukada Kota Salatiga*, Tesis. Semarang: UNDIP

Fitriyah (2011) *Meninjau Ulang Sistem Pilkada Langsung: Masukan Untuk Pilkada Langsung Berkualitas*. **Jurnal Ilmu Politik (Politika)**, No.1 Volume 2 (April):45

Website:

[http:// Agus/Hasil Real Count KPU Pilkada Malaka .mhtml](http://Agus/Hasil Real Count KPU Pilkada Malaka .mhtml)

[http:// Budaya Malaka Sabete Sladi-Kletek Taruik, Terus Dipkenalkan -koalisi Rakyat.mhtml](http://Budaya Malaka Sabete Sladi-Kletek Taruik, Terus Dipkenalkan -koalisi Rakyat.mhtml)

<http://Gardamalaka.com/category/opini/>.

<http://sekolah komunikasi.blogspot.co.id/p/komunikasi-politik.html>

[http:// Strategi Komunikasi Politik -Unsur-Tahapan-Pakar Komunikasi.com.mhtml](http://Strategi Komunikasi Politik -Unsur-Tahapan-Pakar Komunikasi.com.mhtml)

<http://Kab-malaka-Kpu.go.id>

<http://obor-nusamtara.com>

Peraturan Perundangan

Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah

Undang-undang Nomor 6 Tahun 2005 Tentang Pemilihan, Pengesahan

Pengangkatan dan pemberhentian Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah

Undang-undang No 2 Tahun 2008 tentang Partai Politik.