

TESIS AMIRUL MUKMININ UWKS SELESAI TURNITIN

by Amirul Mukminin

Submission date: 26-Aug-2022 04:04PM (UTC-0700)

Submission ID: 1887683458

File name: TESIS_AMIRUL_MUKMININ_UWKS_SELESAI_TURNITIN.docx (4.33M)

Word count: 17180

Character count: 109060

2
TESIS

**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK DALAM
PILKADA**

**(Studi Kasus Pemenangan Aditya Halindra Faridzky-Riyadi
Pada Pilkada Kabupaten Tuban 2020)**



Oleh

**AMIRUL MUKMININ
NPM. 20550007**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2022**

PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

²
Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Amirul Mukminin

NPM : 20550007

Program Studi : Magister Ilmu Politik

²
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Judul Tesis : **STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK DALAM
PILKADA**
(Studi Kasus Pemenangan Aditya Halindra
Faridzky - Riyadi Pada Pilkada Kabupaten
Tuban 2020)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis ini adalah hasil karya sendiri dan berdasarkan pengetahuan saya tidak terdapat karya maupun pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali sebagai kutipan yang telah mengikuti kaidah dan etika yang berlaku.

Apabila saya terbukti melakukan plagiat, saya siap untuk mendapatkan sanksi berdasarkan aturan yang telah ditetapkan.

Surabaya, 12 Juli 2022



Amirul Mukminin
NPM: 20550007

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tesis : ² **STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK DALAM
PILKADA (STUDI KASUS PEMENANGAN
ADITYA HALINDRA FARIDZKY - RIYADI
PADA PILKADA KABUPATEN TUBAN 2020)**

Nama : Amirul Mukminin
NPM : 20550007
Program Studi : Magister Ilmu Politik
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

⁴ Tesis ini telah disetujui dosen pembimbing untuk di ujikan.

Dosen Pemimbing I


Dr. Frederik Fernandez, Drs., M.Pd.

Dosen Pemimbing II



Dr. Darsono, Drs., MSi.

⁴ **PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2022

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tesis : **STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK DALAM
PILKADA (STUDI KASUS PEMENANGAN
ADITYA HALINDRA FARIDZKY - RIYADI PADA
PILKADA KABUPATEN TUBAN 2020)**

Nama : Amirul Mukminin
NPM : 20550007
Program Studi : Magister Ilmu Politik
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Telah berhasil dipertahankan dihadapan dewan penguji pada tanggal 12 Juli 2022 dan diterima sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister pada Program Studi Magister Ilmu Politik (MIP) Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik.

Dewan Penguji:

Ketua Dewan Penguji : Dr.Frederik Fernandez,Drs.,M.Pd. (.....)

Anggota : Dr.Darsono,Drs.,M.Si. (.....)

Anggota : Dr. Ratna Ani Lestari, S.E., M.M. (.....)

Anggota : Dr. Basa Alim Tualeka, Drs., M.Si. (.....)

Anggota : Dr. Mangihut Siregar, Drs., M.Si. (.....)

Mengetahui;
Dekan Fakultas Ilmu Sosiasl dan Ilmu Politik
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

Drs. Sucahyo Tri Budiono, M.Si.

PERSEMBAHAN

**“Tesis ini kupersembahkan untuk ayah, ibu dan keluargaku
Juga pada mereka semua yang tak pernah berhenti menuntut
ilmu”**

RIWAYAT HIDUP

Amirul Mukminin, lahir di Bojonegoro Bojonegoro 03 Desember 1982 dari Bapak Slamet dan Ibu Damisih. Saat ini tinggal di Jl. MH Thamrin Gang Tegal Luwung Kelurahan Ledok Kulon Bojonegoro. Kontak yang bisa dihubungi HP/WA 081234486005 atau email : amirbojonegoro@gmail.com

KATA PENGANTAR

Sungguh merupakan kebahagiaan yang luar biasa disertai ungkapan syukur kehadiran Allah SWT atas pemberian kebaikan, rezeki serta kesempatan dimana pada akhirnya tesis yang disusun dengan penuh perjuangan ini bisa tuntas. Sholawat selalu untuk Nabi besar Muhammad SAW, pembawa agama Islam yang penuh dengan kedamaian, keselamatan, dan rahmat untuk semesta alam juga agama yang menjunjung tinggi ilmu pengetahuan.

Sebagai bentuk karya ilmiah tertulis, tesis merupakan sebagian perwujudan Tri Dharma Perguruan Tinggi khususnya berkaitan dengan penelitian dan pengembangan. Penulis mengakui bahwa tesis ini adalah bagian yang paling menyita perhatian sekaligus pemikiran selama proses menuntaskan studi di prodi Magister Ilmu Politik (MIP) Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Godaan terbesar adalah sifat menunda nunda, tapi akhirnya bisa terkalahkan berkat motivasi diri dan mereka yang peduli. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, kepada orang-orang yang turut berkontribusi dengan berbagai bentuk hingga tesis ini tuntas, ijin saya mengucapkan terimakasih dan hormat kepada orang-orang hebat:

1. Keluarga tercinta : Ayahanda Slamet, Ibunda Damisih, Kakak: Ibtiyatun & Supriono, Adik: Agus Sugiyanto & Aya Aslama Azza.
2. Keluarga tersayang : Istriku Kinasih, dan kedua anak hebatku : Starta Clandesta & Alif Kumaila Paramadina
3. Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, ⁴dr. Sp. TRHT-KL (K) sebagai Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

4. Drs. Sucahyo Tri Budiono, M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosiasl dan Ilmu Politik Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
5. Dr. Frederik Fernandez, Drs.,M.Pd. selaku dosen pembimbing I
6. Dr. Darsono, Drs.,M.Si. selaku dosen pembimbing pendamping II
7. ⁴ Dr. Ratna Ani Lestari, S.E., M.M. selaku dewan penguji
8. Dr. Basa Alim Tualeka, Drs., M.Si. selaku dewan penguji
9. Dr. Mangihut Siregar, Drs., M.Si selaku dewan penguji
10. Seluruh Responden dalam kegiatan penelitian tesis ini
11. Sahabat mahasiswa Magister Ilmu Politik Universitas Wijaya Kusuma Surabaya angkatan 2020 yang luar biasa.

Tesis ini penulis sadari tentunya ada kekurangan sehingga sangat terbuka untuk kritik, saran atau masukan demi kebaikan. Dan apa yang menjadi kekurangan dari tesis ini semoga dapat dilengkapi oleh para peneliti kedepannya. Dan yang paling akhir semoga tesis ini bermanfaat baik secara akademik atau praktik.

Surabaya, 12 Juli 2022



Amirul Mukminin

NPM: 20550007

ABSTRAK

Mukminin, Amirul. 2022. "Strategi Komunikasi Politik Dalam Pilkada (Studi Kasus Pemenangan Aditya Halindra Faridzky-Riyadi Pada Pilkada Kabupaten Tuban Tahun 2020)". Tesis pada Program Studi Magister Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Pembimbing Utama: Dr. Frederik Fernandez, Drs., M.Pd. Pembimbing Pendamping: Dr. Darsono, Drs., MSi.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Komunikasi Politik, Pilkada

Pilkada Kabupaten Tuban dilaksanakan tanggal 9 Desember 2020 di ikuti tiga pasangan calon (paslon) yakni nomor urut 01 adalah Khozanah Hidayati-Muhammad Anwar, nomor urut 02 Aditya Halindra Faridzky-Riyadi dan nomor 03 Setiajit-Armaya Mangkunegara dan hasilnya Aditya Halindra Faridzky-Riyadi menang.

Kemenangan Aditya Halindra Faridzky-Riyadi menarik untuk dilakukan pengkajian di karenakan dinamika politik selama dua periode berturut-turut sebelumnya Partai Golkar Tuban belum bisa memenangkan calon / kader partainya dalam Pilkada tahun 2011 dan 2015, namun di pilkada 2020 Golkar akhirnya bisa menang. Oleh karena itu penulis melakukan penelitian strategi komunikasi politik pasangan Aditya Halindra Faridzky-Riyadi.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan metodologi kualitatif dengan metode studi kasus, serta sifat penelitian deskriptif. Data yang diambil menggunakan dua cara yaitu pengambilan data primer dan sekunder.

Hasil penelitian menunjukan bahwa Paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi menggunakan strategi pada tiap komponen komunikasi politik sehingga bisa menang yakni mencakup: komunikator, pesan politik, khalayak politik dan saluran media. Adapun langkah yang dilakukan dengan penyusunan pesan politik utama melalui program mbangun deso noto kutho, kemudian membuat target angka kemenangan di sertai dengan pembentukan tim pemenangan hingga tingkat TPS, memprioritaskan media kampanye door to door atau blusukan serta penggunaan media sosial untuk memperkuat penyebaran pesan politik.

Bentuk komunikasi politik Aditya Halindra Faridzky dan Riyadi untuk meningkatkan dukungan pemilih adalah dengan melakukan kampanye dan branding politik sebagai Paslon penerus Program Haeny Relawati. Secara personal Aditya Halindra Faridzky juga melakukan branding politik dengan citra milenial sementara Riyadi dengan citra sosok dari desa yang merakyat.

ABSTRAK

Mukminin, Amirul. 2022. "Political Communication Strategy in District Heads Election (*Pilkada*) (A Case Study of Winning Aditya Halindra Faridzky - Riyadi in 2020 Tuban District Heads Election)". Thesis on Master Program of Political Science Study, Faculty of Social and Political Sciences, Wijaya Kusuma University, Surabaya. The Primary Advisor: Dr. Frederik Fernandez, Drs., M.Pd. The Secondary Advisor: Dr. Darsono, Drs., MSi.

Keywords: Communication Strategy, Political Communication, District Heads Election (*Pilkada*)

Tuban District Heads Election (*Pilkada*) was held on December 9th, 2020, followed by three pairs of candidates (*paslon*) namely number 01, Khozanah Hidayati-Muhammad Anwar, number 02, Aditya Halindra Faridzky-Riyadi, and number 03, Setiajit-Armaya Mangkunegara. The result was Aditya Halindra Faridzky-Riyadi won the election.

The focus of this research is on the elected candidates Aditya Halindra Faridzky-Riyadi due to the political dynamics during the previous two consecutive periods where the Tuban Golkar Party had not been able to win its party candidates/cadres in 2011 and 2015 *Pilkada*. However, Golkar was finally won in 2020 *Pilkada*. Therefore, this study discusses the political communication strategy of the Aditya Halindra Faridzky-Riyadi.

This research is descriptive research using qualitative approach with a study case method. The data collection is carried out through primary and secondary data.

The results of this study showed that Aditya Halindra Faridzky-Riyadi's *Paslon* used strategies on each component of political communication thus they could win, including: communicators, political messages, political audiences, and media channels. The steps taken were by compiling the main political message through the program "*mbangun deso noto kutho*", then setting a target for winning numbers accompanied by the formation of a winning team up to the polling station level, prioritizing door-to-door or *blusukan* campaign media and using social media to strengthen the political messages exposure.

The form of political communication to increase voter support by Aditya Halindra Faridzky and Riyadi is conducting political campaigns and branding as the successor of the Haeny Relawati Program. Personally, Aditya Halindra Faridzky also carries out political branding with a millennial image, while Riyadi uses the image of a figure from a populist village.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERSEMBAHAN	v
RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Pembatasan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Sistematika Penelitian.....	8
 BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	 10
2.1 Kajian Hasil Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Strategi.....	14
2.3 Komunikasi.....	15
2.4 Komunikasi Politik	17
2.5 Kampanye Politik	20
2.6 Politik Branding	24
 BAB III METODELOGI PENELITIAN	 26
3.1 Paradigma Penelitian	26
3.2 Pendekatan Penelitian	27
3.3 Analisis Data.....	28
3.4 Metode Penelitian	28
3.5 Data Primer Penelitian	29
3.6 Data Sekunder.....	30
3.7 Subyek Penelitian	31
3.8 Lokasi Penelitian	31
3.9 Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian	31
 BAB IV DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	 32
4.1 Landasan Pilkada Tahun 2020.....	33
4.2 Peserta Dan Partai Pengusung Pilkada Tuban 2020	34
4.3 Profil Paslon	36
4.4 Tahapan Pilkada	39
4.5 Pemilih	42
4.6 Dana Kampanye	44

4.7	Tim Kampanye Aditya Halindra Faridzky-Riyadi	46
4.8	Tim Relawan Dadi.....	49
4.9	Hasil Pilkada Tuban 2020	50
BAB V TEMUAN DAN HASIL PENELITIAN		52
5.1	Komunikasi Paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi	52
5.1.1	Strategi Penyusunan Visi Misi & Pesan Politik	52
5.1.2	Strategi Komunikator	57
5.1.3	Strategi Sasaran / Khalayak Politik	60
5.1.4	Strategi Pemilihan Media	62
5.2	Branding Politik (Bentuk Komunikasi Politik Aditya Halindra Faridzky-Riyadi).....	66
BAB VI DISKUSI DAN IMPLIKASI PENELITIAN		72
6.1	Diskusi	72
6.2	Implikasi Teoritik	74
BAB VII PENUTUP		76
7.1	Kesimpulan	76
7.2	Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA		79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perolehan Kursi DPRD Kabupaten Tuban Pileg 2019	4
Tabel 4.1 Daftar Nama Pasangan Calon Peserta Pemilihan Bupati Dan Wakil Bupati Tuban Tahun 2020	36
Tabel 4.2 Profil Paslon Nomor Urut 01 Khozanah Hidayati– Muhammad Anwar	37
Tabel 4.3 Profil Paslon No Urut 02 Aditya Halindra Faridzky – Riyadi	38
Tabel 4.4 Profil Paslon Nomor Urut 03 Setiajit - Armaya Mangkunegara	39
Tabel 4.5 Tahapan Persiapan Pilkada 2020	41
Tabel 4.6 Tahapan Pelaksanaan Pilkada 2020	42
Tabel 4.7 Daftar Pemilih Tetap (DPT) Dalam Pilkada Kab Tuban 2020	43
Tabel 4.8 Hasil Audit Laporan Dana Kampanye Peserta Pemilihan Bupati Dan Wakil Bupati Tuban	45
Tabel 4.9 Susunan Tim Kampanye Aditya Halinda Faridzky-Riyad	46
Tabel 4.10 Daftar Petugas Kampanye Paslon Aditya Halindra Faridzky Riyadi .	48
Tabel 4.11 Struktur Tim Inti / Pusat Relawan Lindra-Riyadi (Dadi)	49
Tabel 4.12 Hasil Penghitungan Perolehan Suara	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Unsur Komunikasi Menurut McNair	19
Gambar 5.1 Counter Isu Negatif Tim Media Dadi	66
Gambar 5.2 Contoh Branding Politik Aditya Halindra Faridzky (Tampilan Pakaian dan Program	68
Gambar 5.3 Contoh Branding Politik Aditya Halindra Faridzky Melalui Iklan..	70
Gambar 5.4 Contoh Branding Politik Pada Akun IG Riyadi	71

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia mencatat sejarah baru kehidupan berdemokrasi yang mana masyarakat dapat secara langsung menentukan kepala daerah berdasarkan pilihannya sendiri. Melalui payung hukum UU No 32 Th 2004 tentang Pemerintahan Daerah mengharuskan adanya pemilihan kepala daerah atau sering disebut pilkada. Dan di Kalimantan Timur, tepatnya kabupaten Kutai Kartanegara menjadi daerah pertama di Indonesia yang menyelenggarakan pilkada langsung pada tanggal 1 juni 2005. Sebelum adanya regulasi / undang-undang tersebut pimpinan eksekutif baik gubernur, bupati dan walikota beserta wakilnya, di tentukan oleh legeslatif setempat.

Indonesia memang mengalami pasang surut dalam pelaksanaan demokrasi, mulai dari era revolusi, orla, orba sampai titik reformasi. Dan pilkada langsung merupakan buah dari demokrasi pada era reformasi pasca tumbangnya orde baru. Secara umum, gagasan Lively (dalam Mufti dan Naafisah, 2003:151) tentang demokrasi menyebutkan ada dua ciri penting. Pertama, prinsip mayoritas dan kedua, pemerintahan oleh rakyat. Jika kita melihat perubahan regulasi yang terjadi pada proses demokrasi dalam penentuan kepala daerah yang sebelumnya di pilih melalui legeslatif menjadi dipilih oleh rakyat secara langsung hal ini mengandung maksud sebagai upaya koreksi perbaikan peraturan yang dianggap lebih demokratis.

Anggara berpandangan bahwa demokrasi pasca tumbangnya orba adalah

berdasar Pancasila dan UUD 1945. Dalam pelaksanaanya terdapat berbagai perbaikan misal pada aturan dan penguatan peran serta tanggungjawab lembaga trias politika. Pemilu ataupun Pilkada dapat menjadi paramater sebuah pertumbuhan demokrasi disebuah negara (2002:276-278). Sementara Riwanto mempunyai pandangan bahwa ada hubungan ikatan antara demokrasi dengan pemilihan umum (pemilu), dalam hal ini pemilu dapat dijadikan tolak ukur demokrasi sebuah negara. Jika aplikasi pemilu berjalan dengan Jurdil dan demokratis, maka demokrasi di suatu negara tersebut bisa dikatakan telah tumbuh dengan baik. Dengan penyelenggaraan pilkada yang demokratis diharapkan bisa melahirkan pemimpin daerah yang mampu memperjuangkan sekaligus merealisasikan kepentingan rakyat dan kemajuan daerah yang di pimpinnya (2016:1).

Pilkada merupakan agenda demokrasi lima tahunan dan rakyat mempunyai hak menjatuhkan pilihan dengan mencoblos secara langsung pemimpin idamannya. Agustino (2019: 9-11) memberikan catatan tersendiri berkaitan dengan direct election di tingkat lokal tersebut. Pertama pemberdayaan dan peningkatan kualitas demokrasi local, karena setelah terpilih maka kepala daerah dianggap mempunyai amanat wewenang dan power legitimasi yang cukup sebab mendapat dukungan / konstituen yang nyata. Kedua, kepala daerah harus bisa sekaligus meningkatkan akuntabilitas / pertanggungjawaban atas mandat yang diberikan rakyat kepadanya. Ketiga, jika local accountability terwujud, maka akan terjadi keseimbangan dan saling kontrol antar lembaga khususnya eksekutif dan legislatif, dan hal tersebut dapat membawa impact yang bagus tentang demokrasi bagi masyarakat lokal. Dan yang keempat, dengan pilkada masyarakat secara kualitas akan sadar / melekat

politik melalui kepeduliannya dapat memilih pemimpinnya dengan menggunakan rasio, kecerdasan dan kaarifan.

Namun sebagai bahan evaluasi Qodir (2016:2-3) menyoroti bahwa sejak pilkada digelar terdapat persoalan yang dianggap serius muncul di lapangan karena tidak jarang menyebabkan terjadi misalnya politik garis keturunan baik dilevel kabupaten atau provinsi, sebab masih ada hubungan kekerabatan diantara mereka yang menjadi pemimpin daerah. Sebagai contoh, Ratu Atut misalnya ketika ia menjadi gubernur Banten, disisi lain orang-orang yang masih terhitung sebagai keluarganya juga menjabat bupati atau walikota yang masuk wilayah Banten juga. Hal tersebut juga hampir sama jika kita mencermati apa yang terjadi di Sulsel saat era kepemimpinan Syahrul Yasin Limpo dimana kerabatnya juga menjadi bupati. Pandangan Qodir tentang terjadinya politik dinasti dalam Pilkada tersebut memang dapat dibenarkan namun tidak bisa menggenaralisasi kualitas demokrasi dalam hal ini pilkada langsung yang sudah berjalan hingga saat ini. Misalkan saja, pilkada Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam (NAD) tahun 2006, pilkada Kota Bontang tahun 2015, atau pilkada kabupaten Fak-Fak tahun 2020 adalah beberapa bukti pilkada tak selalu identik dengan politik dinasti bahkan calon dari jalur independen bisa menumbangkan paslon yang diusung oleh parpol.

Di wilayah Jawa Timur terdapat 19 daerah termasuk kabupaten Tuban yang menyelenggarakan pilkada serentak tanggal 9 desember 2020. Yang menarik, pelaksanaan pilkada tersebut beriringan dengan adanya wabah atau pandemi Covid-19, hal inilah yang kemudian disikapi oleh pemerintah hingga keluar Peraturan KPU No 5 Tahun 2020 dengan maksud supaya pilkada tetap bisa digelar secara aman melalui serangkaian aturan-aturan yang harus ditaati.

Setelah melalui dinamika dan loby politik akhirnya terdapat tiga pasangan yang mencalonkan untuk bertarung pada pilkada Tuban masa bakti 2020-2025. Sesuai dengan nomor urut, pertama adalah Khozanah Hidayati berpasangan dengan Muhammad Anwar, kedua Aditya Halindra Faridzky berpasangan dengan Riyadi dan yang ketiga adalah Setiajit dengan Armaya Mangkunegara. Dalam hal dukungan politik, pasangan Khozanah Hidayati-Muhammad Anwar, hanya diusung Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) yang mempunyai 16 kursi di DPRD Tuban. Untuk pasangan Aditya Halindra Faridzky-Riyadi partai pengusung jika di total sebanyak 15 kursi yang merupakan gabungan dari Partai Golongan Karya, Partai Demokrat serta PKS (Partai Keadilan Sejahtera). Dan selanjutnya jika dilihat dari jumlah partai yang mengusung maka pasangan Setiajit-Armaya Mangkunegara mereka mendapat dukungan partai paling banyak yaitu dari partai Gerindra, PDI Perjuangan, Partai Amanat Nasional, PPP (Partai Persatuan Pembangunan) dan PBB (Partai Bulan Bintang) yang secara keseluruhan jumlah kursi partai koalisi pengusung tersebut juga 16 kursi. Selengkapnya perolehan kursi DPRD sebagaimana tabel berikut ini.

Tabel 1.1

Perolehan Kursi DPRD Kabupaten Tuban Pileg 2019

PARTAI	PEROLEHAN KURSI
Partai Kebangkitan Bangsa	16
Partai Golongan Karya	9
PDI Perjuangan	5
Partai Demokrat	5
Partai Gerakan Indonesia Raya	5
Partai Amanat Nasional	3

Partai Persatuan Pembangunan	2
Partai NasDem	2
Partai Hati Nurani Rakyat	1
Partai Keadilan Sejahtera	1
Partai Bulan Bintang	1
JUMLAH	50 Kursi

Sumber: KPU Kabupaten Tuban

Paslon 01 Khozanah Hidayati-Muhammad Anwar memang hanya di dukung satu partai yakni PKB, namun partai tersebut merupakan partai peraih kursi paling banyak anggota legeslatif Kabupaten Tuban saat itu. Selama ini Tuban cukup dikenal sebagai basis partai Golkar dan juga PKB. Hal ini yang menjadi kepercayaan diri bagi PKB mengusung calonnya sendiri tanpa perlu berkoalisi dengan partai lain. Khozanah Hidayati sendiri merupakan politisi PKB dan anggota DPRD Provinsi Jatim hasil Pileg 2019.

Sdr. Aditya Halindra Faridzky yang merupakan paslon bupati nomor urut 02 merupakan ketua DPD Golkar Tuban juga anak dari Heany Relawati Rini Widyaastuti, mantan Bupati Tuban periode 2001-2011, Heany Relawati saat ini juga terpilih menjadi anggota DPR RI hasil pileg 2019. Sementara itu Setiajit calon Bupati nomor urut 03 putra daerah atau asli Tuban berlatar belakang birokrat, sebelum mengundurkan diri untuk keperluan mencalonkan diri sebagai calon bupati, Setiajit pernah menjabat kepala dinas Pemprov jatim yakni Kadin Tenaga Kerja dan ESDM (Energi dan Sumber Daya Mineral). Setiajit sendiri juga pernah ikut dalam kontestasi Pilkada Tuban tahun 2011 sebagai cabup namun kalah.

Dalam sebuah pemilu ataupun pilkada sudah pasti masing masing paslon beserta tim sukses mempunyai strategi komunikasi politik yang bertujuan untuk

meraih sebuah kemenangan. Sementara pilkada Tuban tahun 2020 memang cukup dinamis dimana masing-masing paslon beserta tim sukses berupaya agar calon yang di usungnya bisa menang. Dan pada akhirnya berdasarkan hasil rekapitulasi dalam rapat pleno terbuka KPU Kab Tuban, paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi menyapu bersih kemenangan disemua kecamatan yang ada dengan total perolehan 60% atau 423.236 suara. Sementara Khozanah Hidayati-Muhammad Anwar harus puas sebagai runner up dengan mendapatkan 24,2 persen atau 170.955 suara. Dan untuk pasangan Setiajit-Armaya mendapat suara paling kecil yaitu sebesar 15,08 persen meraih 110.998 suara. Angka partisipasi pada pilkada tersebut sangat tinggi dimana 721.089 pemilih telah menyalurkan haknya sebagai pemilih.

Kemenangan Aditya Halindra Faridzky-Riyadi menarik untuk dikaji. Ada beberapa fakta menarik yang bisa dikedepankan. Pertama, latar belakang partai pengusung, yaitu Partai Golongan Karya (Partai Golkar), selama dua periode berturut-turut yaitu pada Pilkada Tuban 2011 dan 2015, tidak bisa memenangkan calon/ kader partainya. Kedua, orang tua (baca:Ibu) calon bupati (Aditya Halindra) adalah mantan bupati Tuban dua periode yang mempunyai modal sosial serta ekonomi yang relatif kuat, namun ketika pada pilkada Tuban 2011 dia mencalonkan diri sebagai wakil bupati, dia kalah. Ketiga, ada dinamika politik yang luar biasa dalam pilkada Tuban 2020 ini sehingga calon bupati dari generasi penerusnya bisa memenangkan pemilihan bupati Tuban. Strategi komunikasi politik paslon beserta tim pemenang ini menarik untuk dikaji sehingga masyarakat pemilih Tuban menjatuhkan pilihannya pada paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi.

1.2 ² Pembatasan Masalah

Berangkat dari latar belakang yang dipaparkan di atas, maka penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian tesis ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi dan langkah komunikasi politik yang dilakukan paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi dalam pilkada kabupaten Tuban tahun 2020?
2. Bagaimana bentuk komunikasi politik paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi untuk meningkatkan dukungan pemilih pada pilkada Tuban 2020?

1.3 Tujuan Penelitian

Ada dua tujuan pokok dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi dan langkah komunikasi politik paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi dalam upaya memenangkan pada pilkada kabupaten Tuban tahun 2020.
2. Untuk mengetahui bentuk komunikasi politik yang dilakukan pasangan pasangan calon bupati dan wakil bupati Aditya Halindra Farizky-Riyadi pada pilkada kabupaten Tuban tahun 2020 untuk meningkatkan dukungan pemilih.

1.4 ² Manfaat Penelitian

Manfaat atau signifikansi yang akan diambil dari penelitian ini adalah:

1. Signifikansi Akademik

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap perkembangan penelitian mengenai strategi komunikasi politik dalam Pilkada yang dilakukan oleh kandidat beserta tim suksesnya demi

memenangkan sebuah kontestasi politik.

2

2. Signifikansi Praktis

Hasil Penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan bagi penerapan politik baik di level lokal maupun nasional khususnya terkait bagaimana memahami strategi komunikasi politik kandidat untuk memenangkan Pilkada yang efektif sehingga masyarakat dapat menjatuhkan pilihan kepadanya.

2

3. Signifikansi Empirik

Hasil penelitian ini di arahkan untuk memperkaya tulisan dan sumbangsih pemikiran penelitian yang dapat dikembangkan kedepannya.

1.5 Sistematika Penelitian

Agar lebih mudah dipahami maka penelitian ini di bagi menjadi 7 bab melalui perincian:

1. Bab I Pendahuluan: membahas tentang latar belakang, identifikasi masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.
2. Bab II Kerangka Pemikiran: membahas pokok teori mencakup hasil penelitian / riset terdahulu, strategi, komunikasi, dan komunikasi politik, kampanye politik, dan branding politik.
3. Bab III Metodologi Penelitian: berisi tentang sistematika penelitian mulai dari paradigma penelitian, pendekatan penelitian, analisis data, metode penelitian, data primer & sekunder, lokasi serta kelemahan kelebihan penelitian.

4. Bab IV Deskripsi Objek Penelitian: membahas landasan hukum pilkada 2020, peserta dan partai pengusung pada pilkada tuban 2020, profil paslon, tahapan pilkada, pemilih, dana kampanye, tim kampanye Aditya Halindra Faridzky-Riyadi, tim relawan Lindra-Riyadi (Dadi), serta hasil pilkada Tuban 2020.
5. Bab V Temuan Dan Hasil Penelitian: membahas strategi komunikasi politik paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi, strategi penyusunan visi misi dan pesan politik, strategi komunikator, strategi sasaran / khalayak politik, strategi pemilihan media, branding politik Aditya Halindra Faridzky – Riyadi.
6. Bab VI Diskusi Dan Impilkasi Penelitian: diskusi dan implikasi teoritik
7. Bab VII Kesimpulan: kesimpulan dan saran

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

Ada beberapa kerangka pemikiran juga teori kunci yang penulis gunakan untuk menganalisa masalah yaitu sebagai berikut : kajian hasil penelitian terdahulu, strategi, komunikasi, komunikasi politik, kampanye dan branding politik dalam analisis kemenangan paslon dalam Pilkada.

2.1 Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Dari hasil pengumpulan data yang ada, telah didapatkan beberapa hasil kajian / riset terdahulu yang telah dilakukan terkait dengan strategi komunikasi politik untuk seorang kandidat agar menang pada sebuah pemilu ataupun pilkada. Meski secara spesifik belum didapatkan pada kasus yang sama, yakni penelitian terhadap strategi komunikasi politik dalam Pilkada Tuban tahun 2020, namun hasil penelitian terdahulu tersebut cukup relevan untuk dijadikan bahan rujukan berupa konsep untuk dukungan penelitian yang dilakukan penulis. Adapun hasil penelitian terdahulu dimaksud yakni sebagai berikut :

1. Aulia & Syam (2017: 157-158) di tahun 2017 melakukan riset komunikasi politik terhadap Aminullah Usman-Zainal Arifin sebagai pasangan di pilkada Banda Aceh. Hasilnya menyebutkan peran penting tim sukses yang bekerja pada masa kampanye misal melalui penggunaan pola berbeda yaitu pertemuan tatap muka, kampanye memanfaatkan sosial media, dan kampanye akbar secara terbuka. Menurut temuan penelitian ini, proses kampanye berjalan sesuai dengan prinsip pemasaran politik, dan taktik

yang digunakan secara persuasif pada masyarakat Kota Banda Aceh agar memilih Aminullah Usman dan Zainal Arifin berhasil. Hasil penelitian tersebut lebih menonjolkan bagaimana bentuk-bentuk komunikasi politik untuk mempengaruhi massa.

2. Qolbi (2015:231) dalam kaitannya dengan strategi komunikasi politik juga melakukan penelitian pasangan Muhammad Ramdhan Pomanto-Syamsu Rizal studi kasus Pemilihan Walikota Makassar Tahun 2013. Dan hasil penelitian menunjukkan bahwa pasangan ini mampu memenangkan pemilihan kepala daerah sebesar 182.242 suara, berkat kekompakan tim, strategi komunikasi politik yang efektif, dan penerapan SWOT. Hasil penelitian ini cenderung ingin menunjukkan aspek penting analisis SWOT dalam kampanye politik, namun kelemahannya kurang mengeksplorasi bagaimana bentuk komunikasi real yang dijalankan oleh pasangan atau tim sukses.
3. Pujono dkk (2015:273) dalam penelitian yang dilakukan ingin membedah bagaimana caleg Partai Golkar Sragen memainkan strategi komunikasi politik yang bertujuan agar bisa menang pada pemilu tahun 2014. Dan riset tersebut dapat dilihat bahwa membicarakan kemenangan dalam Pemilu tidak hanya persoalan modal uang an-sich. Namun seorang caleg dapat meraih kemenangan karena telah mempunyai modal / investasi baik dalam hal aspek sosial, ekonomi, budaya, dan agama di mata masyarakat yang berdampak pada kesan personal yang positif sehingga dapat diterima masyarakat. Jika dicermati riset tersebut menonjolkan faktor apa saja yang berpengaruh terhadap strategi komunikasi politik yang dapat

mempengaruhi sebuah kemenangan misalnya finansial, keterlibatan sosial budaya dan keagamaan serta citra personal.

4. Assiddiq & Ambarwati (2021:107-115) dengan fokus di wilayah provinsi Jatim telah melaksanakan penelitian tentang tentang tim kampanye daerah kandidat Joko Widodo-Ma'ruf Amin dalam menggunakan strategi komunikasi politik demi kemenangan di Pilpres 2019. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa untuk meraih kemenangan mereka menggunakan apa yang disebut dengan strayer dengan mengikut sertakan peran media massa. Dalam hal tersebut Tim Kampanye Daerah (TKD) Jatim di posisikan sebagai pemimpin opini dalam penentuan penarik suara dan upaya peningkatan perolehan suara. Hasil penelitian ini memang cukup menarik, namun secara ontologis masih kurang dalam menjelaskan apa sebenarnya strayer dimaksud.
5. Sasilo dkk (2018:87-97) dengan mengambil studi kasus DPD Partai Golongan Karya Kota Bengkulu kemudian melakukan penelitian berkaitan dengan strategi pada Pilkada Tahun 2018. Riset itu sendiri mengacu pada teori tentang positioning milik Adam Nursal yaitu: policy (tawaran program), person (nilai kualitas kandidat), party (produk politik yang telah kerjakan) dan persentastion (paparan program). Hasil dari riset tersebut memperlihatkan bahwa penerapan teori positioning oleh DPD Partai Golkar kota Bengkulu yang dijalankan dengan baik oleh dapat mempengaruhi simpati masyarakat/pemilih.
6. Aminulloh (2010:64) mengambil studi kasus PKS Yogyakarta melakukan riset tentang strategi komunikasi Parpol dalam Pileg 2009. Hasil menarik

dari penelitian ini menunjukan PKS menggunakan empat formula dan tahapan yakni: mengundang, mengundangi, berbicara dan menang. Sementara sebagai bagian strategi mereka menggunakan beberapa pendekatan komunikasi politik yaitu interpersonal, publik, dan juga komunikasi massa. Meski demikian ternyata strategi tersebut kurang memberikan dampak signifikan terhadap perolehan suara PKS, sebab ada faktor lain yang mempengaruhi seperti money politik yang dilakukan oleh pihak lain sehingga berdampak pada keefektifan strategi PKS. Hasil penelitian diatas sangat menarik, meski sebuah partai berupaya menjalankan sebuah strategi komunikasi politik yang relatif lengkap, namun hasilnya kurang signifikan akibat faktor eksternal.

7. Chumaeson (2021:10) lebih fokus melakukan penelitian strategi dalam komunikasi politik yang digunakan oleh Gusti Kanjeng Ratu Ayu Koes Indriyah selaku anggota Dewan Perwakilan Daerah RI periode 2014-2019 terhadap konstituennya. Dan dapat digambarkan melalui penelitian tersebut bahwa bahwa strategi komunikasi yang dipakai oleh GKR Ayu Koes Indriyah adalah dengan cara komunikasi secara langsung saat agenda reses/ berkunjung kemudian melakukan tatap muka dengan konstituen, selain itu ia juga melakukan komunikasi dengan memakai media massa. Dalam pertemuan tersebut GKR Ayu Koes Indriyah menyisipkan pesan utama yakni pentingnya melaksanakan ajaran agama, nilai pancasila termasuk didalamnya budi pekerti serta terus merawat adat dan budaya. Hasil penelitian ini memang tidak terkait dengan momentum pemilu atau pilkada namun teori strategi komunikasi politik yang bersangkutan kepada

konstituen dapat digunakan sebagai tambahan referensi dalam penelitian.

8. Nur (2019:120) juga melakukan riset dengan sasaran caleg dan tim suksesnya pada aspek strategi komunikasi politik demi memenangkan kontestasi pemilu di kota Makasar. Hasil riset tersebut ia mendapatkan temuan tentang pentingnya pendekatan kearifian lokal untuk mendulang suara. Selain itu langkah management berupa planing, pelaksanaan serta controlling juga diperlukan agar caleg bisa mendapat kemenangan.

Dengan berbagai hasil pemaparan terkait penelitian terdahulu yang dianggap relevan akan menunjang terhadap riset yang akan dilakukan yakni strategi komunikasi politik dengan mengambil studi pemenangan paslon bupati dan wakil bupati Aditya Halindra Farizky-Riyadi pada pilkada kabupaten Tuban tahun 2020. Penulis akan berusaha melengkapi apa yang dipandang kurang terhadap kajian strategi komunikasi politik oleh penelitian terdahulu dalam konteks Pilkada. Dan hal yang terpenting sekaligus menjadi titik pembeda terkait penelitian yang penulis lakukan, secara khusus dari hasil penelusuran sementara belum menemukan adanya penelitian yang secara spesifik terkait strategi dalam sudut pandang langkah dan bentuk strategi komunikasi politik dengan mengambil studi kasus pemenangan pasangan Aditya Halindra Farizky-Riyadi pada pilkada kabupaten Tuban tahun 2020.

2.2 Strategi

Kata strategi merupakan kata turunan berasal dari bahasa Yunani, *strategos*. Selanjutnya kata tersebut bisa dimaknai rencana jangka panjang yang disertai dengan langkah berupa tindakan dengan maksud mencapai tujuan tertentu yang biasanya berupa kemenangan (Sedarmayanti, 2014 :2). Sementara jika kita

cermati dalam KBBI arti strategi dihubungkan dengan ilmu atau seni memimpin pasukan dalam perang sewaktu menghadapi menghadapi lawan, juga dapat dimaknai sebagai kecermatan dalam perencanaan kegiatan guna mencapai sasaran khusus (2008 :1340). Pembahasan tentang strategi memang cukup erat dikaitkan dengan peperangan, dan salah satu tokoh ahli perang dalam sejarah yang dipandang cukup berperan dalam mempupolurkan perihal strategi adalah Suntsu dari China. Misal salah satu ajaran Suntsu dalam memenangkan peperangan yakni bahwa tiap strategi meramalkan kemenangan, dan menunggu titik lemah musuh hingga gampang diserang, maka mereka pasti menang (Tanuwidjaya, 2008:101). Selain definisi diatas Taufiqurokhman, (2016:20) memberikan beberapa makna lain dari strategi diantaranya sebagai sebuah perencanaan, lompatan, pola, pengambilan posisi serta persepsi.

2.3 Komunikasi

Asal mula kata komunikasi berdasarkan sumber ataupun literatur ternyata dari bahasa latin yakni communis yang bermakna menciptakan atau kebersamaan dua orang ataupun lebih. Akar kata communis sendiri yaitu communico yang punya arti berbagi. Dengan demikian pengertian umum atau definisi dari komunikasi adalah usaha penyampaian pesan antar manusia. (Sayomukti, 2010:55-56)

Memang terdapat banyak sekali pendapat ahli mengenai definisi komunikasi, misalnya menurut Rogers & Kincaid sebagaimana dikutip Vardhani & Tyas (2018 : 9) mendefinisikan komunikasi sebagai kegiatan tukar informasi yang dilaksanakan dua orang atau bisa lebih sehingga akan muncul saling pengertian yang mendalam. Sementara itu Shannon dan Weaver sebagaimana di kutip

Wiryanto (2004:7) memberikan penjelasan pengertian tentang komunikasi komunikasi yaitu wujud interaksi / hubungan manusia dimana antara satu dengan yang lain saling memberi pengaruh baik yang di sengaja atau tidak, dan hal tersebut tidak sebatas komunikasi secara verbal namun juga dalam aspek ekspresi muka, seni, lukisan ataupun teknologi.

Perihal komunikasi Suprpto mempunyai pandangan sebagai suatu kajian sangat vital yang berguna untuk mengetahui pola-pola hubungan komunikasi antar manusia, dan bagaimana pola- pola tersebut terbangun sehingga membentuk suatu jaringan komunikasi dalam sebuah kelompok memerlukan suatu penjelasan yang komprehensif (2019:14). Dalam komunikasi terdapat beberapa unsur yang menurut Widjaja (dalam Hayati, 2014:51) dijelaskan yang pertama adalah sumber dalam hal ini di anggap sebagai dasar dalam aktivitas menyampaikan sebuah pesan. Kedua yakni komunikator yakni orang atau pihak yang menyampaikan pesan komunikasi. Dalam prosesnya seorang komunikator yang karena posisinya bisa menjadi penerima pesan dan begitu juga sebaliknya. Ketiga yaitu pesan, merupakan perihal tentang isi atau apa yang disampaikan oleh pihak komunikator. Keempat adalah saluran merupakan media yang digunakan komunikator dalam mengantar atau menyampaikan pesan. Dan yang kelima adalah efek atau dampak dari sebuah aktivitas komunikasi.

Sementara itu Effendi sebagaimana di kutip Yusuf (2021:11-14) menguraikan sifat, tujuan dan fungsi daripada komunikasi. Dalam penjelasan sifat komunikasi dibagi menjadi yang pertama verbal communication atau komunikasi verbal, meliputi oral communication atau komunikasi lisan dan written communication atau komunikasi tulisan. Kedua nonverbal communication atau

komunikasi nirverbal yang mencakup gestural/body communication atau komunikasi kial, komunikasi gambar dan sebagainya. Ketiga, komunikasi yang dilaksanakan secara langsung berhadapan muka. Dan keempat komunikasi dengan menggunakan media atau mediated communication. Sementara itu dapat dijelaskan tentang tujuan komunikasi adalah dalam rangka untuk mengubah banyak hal seperti sikap, perilaku, pendapat juga termasuk masyarakat. Sebagai bentuk aktifitas komunikasi mempunyai fungsi yang sangat penting yaitu untuk menyalurkan informasi, mendidik, menghibur juga mempengaruhi.

2.4 Komunikasi Politik

Kajian berkaitan dengan komunikasi politik terus mengalami perkembangan. Dalam konteks Indonesia Effendi Ghazali berpendapat bahwa saat ini Indonesia mengalami ketertinggalan dalam sector komunikasi politik sehingga untuk mengenjarnya diperlukan lompatan atau dua arah sekaligus. Hal yang mesti dilakukan selain dengan melakukan peningkatan minat dan perhatian pada berbagai kajian komunikasi politik yang dirasa telah menjadi ikon bidang ini, juga harus menaruh perhatian terhadap politik komunikasi dengan langkah analisa hak dan kesempatan dari tiap warga sehingga mampu mengelola informasi dengan aktif serta mandiri. Sementara itu disaat yang sama banyak ilmuan dari belahan dunia yang juga sangat aktif dalam melaksanakan pengkajian tentang tanggung jawab dan pertanggungjawaban daripada media (2004:63)

Para pakar memang mempunyai sudut pandang masing-masing termasuk dalam mendefinisikan apa itu komunikasi politik. Berikut ini beberapa definisi dari para tokoh atau pakar tentang komunikasi politik. Fagen seperti yang dikutip Subiakto

dan Rahma (2012:20) yang jika diterjemahkan dalam bahasa Indonesia menjelaskan pengertian komunikasi politik merupakan aktivitas komunikasi yang dianggap politis berdasarkan konsekuensi, aktualisasi, dan potensinya, untuk menjalankan sistem politik. Dan sementara itu Meadow (dalam Mukarom, 2016 : 26) berpendapat bahwa komunikasi politik lebih condong kepada pertukaran pesan atau simbol yang sebagian besar sudah dibentuk atau sudah memiliki konsekuensi untuk sistem politik.

Suwardi (dalam Santoso, 2018:289) membagi dua pengertian tentang komunikasi politik yaitu dalam makna sempit berarti segala bentuk penyampaian pesan seperti simbol-simbol, tulisan, ucapan, atau isyarat yang mana dapat memberi pengaruh terhadap posisi / kedudukan orang pada struktur kekuasaan. Sementara itu dalam pengertian yang lebih luas komunikasi politik adalah tiap tiap bentuk penyampaian pesan yang secara lebih spesifik mengandung info tentang politik dari sebuah sumber terhadap sejumlah penerima pesan.

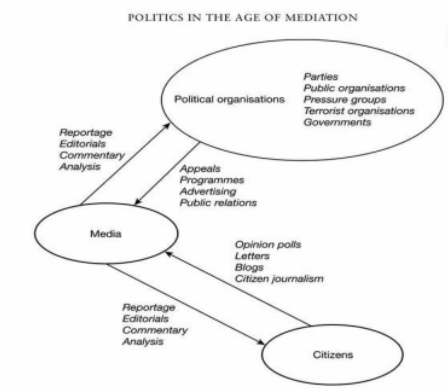
Schramm (1980) dan Everett Rogers (1994) memasukan Harold D. Laswell sebagai satu dari empat pendiri ilmu komunikasi, dimana Laswell tersebut telah memformulasikan secara tersirat tentang pengertian dan cakupan ilmu politik yakni: siapa, mendapat apa, kapan dan bagaimana. Selain itu ia juga membuat rumusan tentang pengertian dan cakupan komunikasi yakni: siapa, berkata apa, kepada siapa, melalui media apa, dan apa dampak yang ditimbulkan. Dengan konsep itu, Laswell selanjutnya memformulasikan dan menempatkan domain serta unsur – unsur daripada komunikasi politik sehingga sangat bermanfaat hingga sekarang karena dipergunakan sebagai dasar untuk menentukan teori komunikasi berdasarkan unsur tersebut (Ahmad, 2012:85).

Dalam konteks komunikasi politik, berbagai fakta atau realitas sosial senantiasa dikaitkan dengan waktu kejadian fakta tersebut inilah yang dinamakan momentum. Melalui komunikasi politik para elit politik berpeluang untuk bisa memberikan ruang public guna berkomunikasi dan saling penjajakan dalam mendiskusikan persoalan penting yang ada juga kemungkinan kesepakatan yang strategis baik saat ini ataupun mendatang (Bungin,2018 : 174 – 175).

Nimmo (dalam Susanto, 2013:165) menyatakan bahwa dalam komunikasi politik setiap aspek mempunyai peran tersendiri meskipun tetap memiliki hubungan secara langsung ataupun tidak langsung dalam aplikasinya. Terdapat lima unsur atau komponen dalam komunikasi politik yaitu menyangkut (1) komunikator politik, (2) pesan politik (3) media yang digunakan dalam komunikasi politik, (4) khalayak komunikasi politik, dan (5) Akibat yang ditimbulkan dari komunikasi dalam politik. Untuk memahami unsur dalam komunikasi politik, McNair (2011:6) memberikan gambaran penting terkait tiga hal utama yakni media, organisasi politik dan masyarakat yang saling berhubungan sebagaimana diperhatikan melalui tabel dibawah ini.

Gambar 2.1

Unsur Komunikasi Menurut McNair



Dalam menjalankan komunikasi politik dibutuhkan saluran agar pesan bisa tersampaikan, dan Mukarom (2016:57) menjelaskan ada 3 saluran komunikasi politik yang bias digunakan yakni melalui :

- a. komunikasi massa (komunikasi satu kepada semua);
- b. komunikasi interpersonal (komunikasi satu kepada satu);
- c. komunikasi organisasi (menggabungkan komunikasi satu kepada satu dan satu kepada banyak).

Menurut Wahid (2016: 24) ada beberapa bentuk komunikasi politik yang telah dikenal dan lakukan oleh para politikus, yaitu :

1. Retorika politik.
2. Agitasi politik.
3. Propaganda politik.
4. Public relations politik.
5. Lobi politik.
6. Kampanye politik.
7. Pemasaran politik.
8. Branding dan promosi politik.
9. Penelitian politik.

2.5 Kampanye Politik

Steinberg (dalam Supriyanto & Wulandari, 2013:33) menjelaskan pengertian kampanye sebagai kerja terkelola dalam pemilu yang mengupayakan orang yang dicalonkan dipilih, atau dipilih kembali dalam suatu jabatan formal.

Dengan kampanye, peserta pemilu (partai politik, calon anggota legislatif dan calon pejabat eksekutif) menyampaikan gagasan visi, misi, program dan arah kebijakan yang akan dijalankan bila terpilih. Selanjutnya dengan kampanye tersebut pemilih diharapkan memberikan suara kepada partai politik atau calon yang menawarkan pola dan arah kebijakan yang sesuai dengan kepentingannya.

Dalam konteks pemilihan kepala daerah, definisi dan aturan-aturan kampanye dapat kita cermati dalam Undang- Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2016 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 Tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, Dan Walikota Menjadi Undang- Undang Nomor 1 Tahun 2015 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang- Undang Nomor 1 Tahun 2014 Tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, Dan Walikota Menjadi Undang- Undang.

Pada pasal 1 UU Nomor 10 Tahun 2016 dijelaskan bahwa pengertian ¹ kampanye pemilihan yang selanjutnya disebut kampanye adalah kegiatan untuk meyakinkan pemilih dengan menawarkan visi, misi, dan program Calon Gubernur, Calon Bupati, dan Calon Walikota. Selanjutnya pada bagian metode kampanye pasal 65 di jelaskan bahwa kampanye dapat dilaksanakan melalui :

- a. Pertemuan terbatas;
- b. Pertemuan tatap muka dan dialog;
- c. Debat publik/ debat terbuka antarcalon;
- d. Penyebaran bahan Kampanye kepada umum;
- e. Pemasangan alat peraga;
- f. Iklan media massa cetak dan media massa elektronik; dan/atau

- g. Kegiatan lain yang tidak melanggar larangan Kampanye dan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Kegiatan kampanye dalam pilkada sebagai sarana untuk menawarkan visi, misi, dan program dibatasi oleh waktu/ jadwal serta larangan-larangan yang telah diatur yang dapat dilihat pada pasal 69 yakni sebagai berikut:

- 3
- a. mempersoalkan dasar negara Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
 - b. menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan, Calon Gubernur, Calon Bupati, Calon Walikota, dan/atau Partai Politik;
 - c. melakukan Kampanye berupa menghasut, memfitnah, mengadu domba Partai Politik, perseorangan, dan/ atau kelompok masyarakat;
 - d. menggunakan kekerasan, ancaman kekerasan atau menganjurkan penggunaan kekerasan kepada perseorangan, kelompok masyarakat dan/ atau Partai Politik;
 - e. mengganggu keamanan, ketenteraman, dan ketertiban umum;
 - f. mengancam dan menganjurkan penggunaan kekerasan untuk mengambil alih kekuasaan dari pemerintahan yang sah;
 - g. merusak dan/ atau menghilangkan alat peraga Kampanye;
 - h. menggunakan fasilitas dan anggaran Pemerintah dan Pemerintah Daerah;
 - i. menggunakan tempat ibadah dan tempat pendidikan;
 - j. melakukan pawai yang dilakukan dengan berjalan kaki dan/atau dengan kendaraan di jalan raya; dan/atau
 - k. melakukan kegiatan kampanye di luar jadwal yang telah ditetapkan oleh KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/ Kota.

Namun karena dinamika politik dan yang terutama pertimbangan adanya pandemi covid-19, pemerintah kemudian mengeluarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2020. Konseweksinya terdapat beberapa aturan tentang kampanye yang secara teknis dikeluarkannya Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2020 Tentang Pelaksanaan Pemilihan Gubernur Dan Wakil Gubernur, Bupati Dan Wakil Bupati, Dan/ Atau Wali Kota Dan Wakil Wali Kota Serentak Lanjutan Dalam Kondisi Bencana Nonalam Corona Virus Disease 2019 (Covid-19). Telah dijelaskan secara khusus pada peraturan tersebut khususnya pasal 57 bahwa kampanye pemilihan serentak lanjutan dapat dilaksanakan dengan metode:

- a. pertemuan terbatas;
- b. pertemuan tatap muka dan dialog;
- c. debat publik atau debat terbuka antar- Pasangan Calon;
- d. penyebaran bahan Kampanye kepada umum;
- e. pemasangan Alat Peraga Kampanye;
- f. penayangan Iklan Kampanye di media masa cetak, media masa elektronik, dan Lembaga Penyiaran Publik atau Lembaga Penyiaran Swasta; dan/atau
- g. kegiatan lain yang tidak melanggar larangan Kampanye dan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Beberapa perubahan aturan kampanye yang tertuang pada PKPU No 10 Tahun 2020 dapat dilihat khususnya Pasal 58 ayat 1 bahwa ⁶ pertemuan terbatas serta pertemuan tatap muka dan dialog sebagaimana dimaksud pasal 57 huruf a dan b diselenggarakan oleh partai politik atau gabungan partai politik, pasangan calon dan/ atau tim kampanye dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. dilaksanakan dalam ruangan atau gedung tertutup;
- b. membatasi jumlah peserta yang hadir paling banyak 50 (lima puluh) orang dan memperhitungkan jaga jarak paling kurang 1 (satu) meter antar peserta kampanye serta dapat diikuti peserta kampanye melalui media daring;
- c. pengaturan ruangan dan tempat duduk harus menerapkan protokol kesehatan pencegahan dan pengendalian Corona Virus Disease 2019 (Covid-19); dan
- d. wajib mematuhi ketentuan mengenai status penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) pada daerah Pemilihan Serentak Lanjutan setempat.

Dan kemudian dijelaskan pada ayat 2 disebutkan bahwa dalam hal metode kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak dapat dilakukan, pertemuan terbatas serta pertemuan tatap muka dan dialog dilakukan melalui Media Daring.

2.6 Politik Branding

Sebagaimana diketahui bahwa salah satu bentuk komunikasi yang biasa dilakukan seorang politikus adalah branding politik. Wasesa (dalam Banjari, 2014:258) berpendapat political branding yaitu kemampuan dalam merumuskan berbagai keunggulan atau kelebihan suatu pergerakan politik menjadi satu persepsi yang gampang di ingat dan bisa menekan pengambilan keputusan dari target audience atau sasaran dengan lebih cepat. Dengan brand image, opini atau pendapat publik akan ditujukan terhadap sebuah merek yang mempunyai positioning dan diferensiasi. Dan menurut Nimmo sebagaimana di kutip Azhar (2017:4) menyatakan bahwa opini publik bukan sekedar mengikutkan aspek kognitif semata

tapi juga penggabungan perasaan dan usul dari konstituen.

Mitsikopoulou (dalam Abidin & Cindrowati, 2019 : 39) menjelaskan bahwa pada dasarnya pemimpin bisa membentuk citra maupun personiliasnya melalui proses branding, bahkan dengan branding tersebut dapat berguna. Alasan lain terkait urgensi branding politik karena adanya pemasukan sisi emosional dan pemberian tanda atau simbol yang menyebabkan pemilih dapat memilih dengan lebih mudah terhadap seorang kandidat. Untuk mengetahui pola bahwa seseorang menggunakan politik branding maka bisa ditinjau dalam tiga indicator yakni identifikasi diri, produk politik dan positioning. Suryawati (2021:26) menjelaskan indikator berupa identifikasi diri merupakan usaha untuk menjadi person yang dalam pandangan masyarakat terbaik dan unggul. Masyarakat akan coba dipengaruhi oleh pelaku politik branding dengan menampilkan sesuatu sehingga yang dianggap mengapa ia mesti dipilih dan dipandang layak untuk menjadi calon pemimpin. Selanjutnya indikator produk politik, hal ini dapat mengacu pada gagasan visi misi yang dituangkan dalam berbagai program kerja atau kebijakan yang ditawarkan sekaligus yang diperjuangkan untuk masyarakat / pemilih. Dan untuk indikator terakhir yakni positioning bertujuan untuk menonjolkan perbedaan (deferensiasi) dengan para kompetitor / lawan politiknya.

METODELOGI PENELITIAN**3.1 Paradigma Penelitian**

Sejarah tentang paradigma awalnya merupakan sebuah konsep yang digagas sekaligus hasil penelitian sejarawan bidang ilmu pengetahuan yakni Thomas S. Kuhn. Konsep tentang paradigma tersebut diwujudkan dalam bukunya yang diberi judul *The Structure of Scientific Revolutions*. Konsep paradigma pada karya tersebut berkaitan dengan normal science, puzzle-solving, anomali, krisis, serta scientific revolution. Yang dimaksud Kuhn tentang normal science yaitu riset yang mendasarkan kepada capaian ilmiah yang didapat sebelumnya dan dianggap memberikan landasan penelitian lebih lanjut oleh kelompok ilmuan (dalam Kleden dkk, 2017:2-3).

Sementara itu Guba dan Lincoln, (dalam Salim & Syahrur, 2012:28-30) memberikan penjelasan pengertian paradigma sebagai pandangan dunia, perspektif umum, cara kerja, dalam memahami kerumitan dunia alamiah. Dengan demikian paradigma sangat berguna khususnya bagi peneliti untuk memberikan panduan tentang apa yang penting, legitimate, dan masuk akal. Guba dan Lincoln juga mengatakan paradigma merupakan sistem kepercayaan dasar atas asumsi ontologi, epistemologi dan metodologis. Paradigma dalam penelitian seperti di jelaskan Denzin dan Lincoln (dalam Halik, 2018: 162) selain berfungsi untuk pemilihan metode juga pada penentuan cara mendasar baik dalam aspek ontologis maupun epistemologis.

Dalam penelitian ini menggunakan paradigma interpretif atau dikenal juga dengan istilah fenomenologi. Danim berpendapat bahwa fenomenologi dilandasi bahwa *experience* atau pengalaman yang didapatkan oleh manusia merupakan hasil interpretasi / penafsiran (2002 : 64-45). Dengan demikian penelitian ini hendak memahami realitas atas kemenangan pasangan Aditya Halindra Faridzky-Riyadi dalam Pilkada Tuban tahun 2020 melalui pendekatan strategi komunikasi politik orang-orang yang terlibat didalamnya.

3.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Pendekatan tersebut menurut Creswell merupakan sebuah proses dalam penelitian serta pemahaman yang landasannya merujuk pada metodologi yang menelisik / menyelidiki berkaitan dengan fenomena sosial serta permasalahan yang terjadi pada manusia. Dengan demikian apabila seorang peneliti memakai pendekatan kualitatif maka ia harus membuat sebuah deskripsi yang kompleks dari sudut pandang seorang responden yang diteliti tentang apa yang disampaikan dan juga melaksanakan studi terhadap keadaan yang dialaminya (dalam Murdiyanto, 2020 : 19).

Dalam Pilkada Kabupaten Tuban, melalui pendekatan kualitatif tentu menjadi fenomena menarik khususnya bagaimana memahami pengalaman pihak-pihak yang turut andil melaksanakan strategi komunikasi politik sehingga pasangan Aditya Halindra Faridzky-Riyadi bisa menjadi pemenang.

3.3 Analisis Data

Bogdan, sebagaimana di kutip Sugiono (2021:130) menyatakan bahwa dalam penelitian kualitatif, analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah difahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceriterakan kepada orang lain.

3.4 Metode Penelitian

Metode yang dipilih dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan interpretif / fenomenologi. Sebagaimana pendapat Sarwono (2006: 194-195) bahwa seorang peneliti dapat menggunakan penelitian kualitatif jika ingin melakukan hal-hal sebagai berikut:

1. Memahami makna yang melandasi tingkah laku partisipan
2. Mendeskripsikan latar dan interaksi partisan
3. Melakukan eskplorasi untuk mengidentifikasi informasi baru
4. Memahami keadaan yang terbatas dan ingin mengetahui secara mendalam dan rinci
5. Mendeskripsikan fenomena untuk menciptakan teori baru
6. Menfokuskan pada inetraksi manusia dan proses yang mereka gunakan.

Dalam sudut pandang strategi komunikasi politik metode kualitatif cukup

relevan untuk memahami secara mendalam sekaligus mengungkap hal tersebut diatas khususnya apa yang dilakukan para tim sukses untuk memenangkan pasangan Aditya Halindra Faridzky-Riyadi. Sebagai pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati yang diusung oleh tiga partai yakni Golkar, Partai Demokrat dan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Aditya Halindra Faridzky-Riyadi mempunyai tim sukses dari yang dibentuk dari partai pengusung dimaksud. Tidak hanya itu, tentu ada tim sukses dari luar partai atau yang lebih dikenal dengan tim relawan yang turut mempunyai andil dalam proses pemenangan Pilkada.

3.5 Data Primer Penelitian

Menurut Sidiq dan Khoiri (2019:165) data primer merupakan data yang didapat oleh peneliti melalui pengukuran secara langsung dari sumbernya. Adapun metode pengumpulan data primer yang akan digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Observasi

Sarwono (2006:224) memberikan penjelasan bahwa aktivitas observasi meliputi pencatatan secara sistematis kejadian-kejadian, perilaku, obyek-obyek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan. Tahap awal penelitian yaitu melakukan pengumpulan berbagai data dan informasi yang dapat, selanjutnya melaksanakan observasi dengan fokus sehingga bisa mendapatkan bentuk perilaku serta hubungan yang terjadi secara berkelanjutan. Kegiatan observasi pada intinya mempunyai peranan penting untuk mendapatkan interaksi yang tidak sederhana (kompleks) dengan latar belakang sosial yang natural.

2. Wawancara

Walidin, Saifullah dan Tabrani (2015:133) berpendapat bahwa ⁸ wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Kegiatan wawancara mempunyai maksud antara lain adalah untuk mendapatkan informasi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, perasaan, motivasi tuntutan, kepedulian dan lain- lain.

3.6 Data Sekunder

Sarwono sebagaimana dikutip Kusumastiti dan Khoiron (2019:34) memberikan penjelasan tentang data sekunder yakni berupa data-data yang sudah tersedia dan dapat diperoleh oleh peneliti dengan membaca, melihat atau mendengarkan. Data ini biasanya berasal dari data primer yang sudah diolah oleh peneliti sebelumnya. Maka dalam penelitian ini pengumpulan data sekunder dilakukan melalui :

1. Kepustakaan

Melalui literatur berupa buku-buku, surat kabar, media internet terkait strategi komunikasi politik yang berhubungan dengan kemenangan

2. Dokumentasi

Peneliti mengumpulkan data dalam bentuk arsip, tulisan, gambar ataupun angka berupa laporan serta keterangan yang dikeluarkan oleh partai pengusung, tim sukses, media massa, media sosial dan lainnya dalam kaitannya kemenangan calon Lindra- Riyadi pada Pilkada Kabupaten Tuban.

3.7 Subyek Penelitian

Dalam penelitian ini membutuhkan beberapa informan untuk dilakukan wawancara secara mendalam guna mendapatkan data primer tentang strategi komunikasi politik yang dilakukan pasangan Aditya Halindra Faridzky-Riyadi untuk memenagkan Pilkada Tuban tahun 2020, adapun sumber informan sebagai berikut :

1. Pengurus partai pengusung
2. Tim kampanye
3. Tim sukses pemenangan dari internal partai pendukung
4. Tim sukses pemenangan dari unsur relawan
5. KPU Kabupaten Tuban

3.8 Lokasi Penelitian

Lokasi utama penelitian berada di wilayah kabupaten Tuban seperti kantor partai pengusung kandidat, markas tim sukses dan relawan, KPU Kabupaten Tuban dan Bawaslu Kabupaten Tuban.

3.9 Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian

1. Peneliti berorientasi dan mengambil subyek penelitian hanya pada satu kandidat saja, semestinya harus berimbang dari sudut pandang tim kandidat lain yang kalah pada Pilkada Tuban.
2. Penelitian dilaksanakan pada tahun 2022 sementara pelaksanaan pilkada kabupaten telah dilaksanakan pada tahun 2020.

BAB IV

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

4.1 Landasan Pilkada Tahun 2020

Pilkada tahun 2020 dilaksanakan ditengah situasi pandemi covid- 19, oleh karena itu pemerintah mempersiapkan kerangka hukum, dukungan anggaran, kesiapan teknis yang matang, dan langkah agar masyarakat taat terhadap protokol kesehatan. Oleh karena itu presiden kemudian mengeluarkan Perpu No 2 Tahun 2020 yang disahkan menjadi UU No 6 Tahun 2020 ini dasar hukum kuat pelaksanaan Pilkada 2020. Jika dicermati setidaknya terdapat 2 hal penting sebagai pertimbangan pemerintah dalam mengeluarkan UU No. 6 Tahun 2020 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2020 Tentang Perubahan Ketiga Atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 Tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, Dan Walikota Menjadi Undang-Undang Menjadi Undang-Undang yakni sebagai berikut :

1. Bahwa penyebaran Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) yang telah dinyatakan sebagai pandemi oleh Organisasi Kesehatan Dunia (World Health Organization) yang terjadi di sebagian besar negara- negara di seluruh dunia, termasuk di Indonesia, telah menimbulkan banyak korban jiwa dan menunjukkan peningkatan dari waktu ke waktu serta telah ditetapkan sebagai bencana nasional.
2. Bahwa dalam rangka penanggulangan penyebaran Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) sebagai bencana nasional perlu diambil kebijakan dan

langkah- langkah luar biasa, baik di tingkat pusat maupun daerah, termasuk perlunya dilakukan penundaan tahapan pelaksanaan pemilihan Gubernur dan wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, serta Walikota dan Wakil Walikota serentak tahun 2020 agar pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, serta Walikota dan Wakil Walikota tetap dapat berlangsung secara demokratis dan berkualitas serta untuk menjaga stabilitas politik dalam negeri.

Dan untuk mendukung UU No 6 Tahun 2020 secara teknis KPU mengeluarkan Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2020 Tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 6 Tahun 2020 Tentang Pelaksanaan Pemilihan Gubernur Dan Wakil Gubernur, Bupati Dan Wakil Bupati, Dan/Atau Wali Kota Dan Wakil Wali Kota Serentak Lanjutan Dalam Kondisi Bencana Non alam Corona Virus Disease 2019 (Covid-19). Sementara itu Bawaslu juga telah menyiapkan peraturan untuk mengawasi di setiap tahapan dan penyelenggara dengan memperhatikan protokol kesehatan.

4.2 Peserta Dan Partai Pengusung Pilkada Tuban 2020

Terdapat tiga pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati pada Pilkada Kabupaten Tuban tahun 2020. Secara umum kekuatan partai pengusung cukup berimbang, Paslon 01 Khozanah Hidayati-Muhammad Anwar di usung Partai PKB 16 kursi di DPRD Tuban, Paslon 02 Aditya Halindra Faridzky-Riyadi diusung tiga partai: Partai Golkar, Partai Keadilan Sejahtera (PKS), dan Partai Demokrat dengan total 15 kursi. Sementara itu paslon 03 Setiajit-Armaya Mangkunegara diusung

partai PDI Perjuangan, Gerindra, Partai Persatuan Pembangunan (PPP), Partai Amanat Nasional (PAN), dan Partai Bulan Bintang (PBB) dengan total 16 kursi.

Pencalonan bupati dan wakil Bupati dapat melalui partai politik atau gabungan partai politik yang telah memenuhi persyaratan minimal perolehan suara atau kursi di DPRD setempat. Sementara bagi yang ingin maju melalui jalur perseorangan atau yang biasa disebut calon independen merujuk pada dukungan penduduk sesuai aturan yang ditentukan. Berdasarkan Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2017 Tentang Pencalonan Pemilihan Gubernur Dan Wakil Gubernur, Bupati Dan Wakil Bupati, Dan/Atau Walikota Dan Wakil Walikota disebutkan pada pasal 5 ayat 2 berkaitan dengan Persyaratan Pencalonan melalui Partai Politik atau Gabungan Partai Politik. Persyaratan yakni Partai Politik atau Gabungan Partai Politik yang memperoleh paling sedikit 20% (dua puluh persen) dari jumlah kursi Dewan Perwakilan Rakyat Daerah atau 25% (dua puluh lima persen) dari akumulasi perolehan suara sah dalam pemilu terakhir.

Jumlah kursi Partai Golkar Di DPRD Kabupaten Tuban berdasarkan Pileg 2019 adalah sebanyak 9 kursi dari total 50 kursi yang ada, hal ini tentu perlu berkoalisi dengan parpol lain hingga memenuhi syarat bisa memunculkan Paslon Bupati dan Wakil Bupati yang akan diusung minimal yakni 20% (dua puluh persen) dari jumlah kursi Dewan Perwakilan Rakyat Daerah atau 25% (dua puluh lima persen) dari akumulasi perolehan suara sah dalam Pemilu Terakhir. Dalam penyelenggaraan pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Tuban 2020, tiga partai akhirnya berkoalisi untuk mengusung pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Aditya Halindra Faridzky-Riyadi yakni Partai Golkar dengan 9 Kursi, Partai Demokrat dengan 5 kursi dan Partai Keadilan Sejahtera dengan 1 kursi sehingga

dengan total 15 kursi telah mencukupi persyaratan. Proses pengusungan paslon sendiri berawal dari usulan pengurus partai di tingkat Kabupaten selanjutnya pihak Dewan Pengurus Pusat (DPP) membuat surat persetujuan Paslon Bupati dan Wakil Bupati.

Dukungan Partai Golkar diberikan secara resmi melalui surat keputusan DPP Partai Golkar Nomor : B1 KWK-I20 /DPP/GOLKAR/VIII/2020 Tentang Persetujuan Pasangan Bupati Dan Wakil Bupati Kepada Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Aditya Halindra Faridzky - Riyadi, surat tersebut dibuat tanggal 28 Agustus 2020 dan di tanda tangani oleh Airlangga Hartarto selaku Ketua Umum DPP Partai Golkar. Sementara dukungan Partai Demokrat kepada Paslon Aditya Halindra Faridzky - Riyadi secara resmi dibuat melalui surat Surat Keputusan Dewan Pimpinan Pusat Partai Demokrat Nomor: 187/SK/DPP.PD VIII/2020 Tentang Persetujuan Pasangan Calon Bupati Dan Wakil Bupati Kabupaten Tuban Provinsi Jawa Timur. Surat keputusan tersebut di tandatangani oleh H. Agus Harimurti Yudhoyono, MSC,M.P.A.MA selaku Ketua Umum. Adapun Partai Keadilan Sejahtera memberikan dukungan kepada Paslon Aditya Halindra Faridzky - Riyadi melalui Keputusan Dewan Pimpinan Pusat Partai Keadilan Sejahtera Nomor : 232.8/SKEP/DPP-PKS/2020 Tentang Persetujuan Pasangan Calon Bupati Dan Wakil Bupati. Keputusan tersebut ditandatangani presiden DPP Partai Keadilan Sejahtera Mohamad Sohibul Iman.

Jika mengacu pada kuantitas kursi parpol sebagai pihak pengusung maka paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi hanya terpaut 1 kursi lebih sedikit dari dua paslon yang lain. Sementara itu Khozanah Hidayati-Muhammad Anwar dan Setiajiit-Armaya Mangkunegara sama-sama dengan jumlah 16 kursi. Untuk melihat

detail / komposisi ketiga paslon beserta parpol pengusung dapat dilihat pada Keputusan Komisi Pemilihan Kabupaten Tuban Nomor: 467/Pl.02.3-Kpt/3523/KPU-Kab/1X/2020 Tentang Penetapan Pasangan Calon Peserta Pemilihan Bupati Dan Wakil Bupati Tuban Serentak Lanjutan Tahun 2020.

Tabel 4.1

**Daftar Nama Pasangan Calon Peserta Pemilihan Bupati Dan
Wakil Bupati Tuban Tahun 2020**

Nama Pasangan Calon	Partai Pengusung	Jumlah Kursi
1	2	3
Calon Bupati Aditya Halindra Faridzky, S E Calon Wakil Bupati H. Riyadi, SH	1 . Partai Golkar 2 . Partai Demokrat 3 . PKS	15 KURSI
Calon Bupati Khozanah Hidayati, Sp., M.P Calon Wakil Bupati Muhammad Anwar	1. PKB	16 KURSI
Calon Bupati H. Setiajit, SH, MM Calon Wakil Bupati Dr. RM. Armaya Mangkunegara, S.H., M.H.	1 . PDI P 2 . Partai Gerindra 3 . PAN 4 . PPP 5 . PBB	16 KURSI

Sumber : KPU Kabupaten Tuban

4.3 Profil Paslon

Secara umum baik cabup atau cawabup yang mengikuti kontestasi pilkada Tuban tahun 2020 telah mempunyai pengalaman di kancah dunia politik praktis

meski dengan pengalaman yang berbeda. Khozanah Hidayati merupakan politikus PKB Jatim dan Muhammad Anwar pernah menjadi Ketua DPC Partai Demokrat Tuban, Aditya Halindra Faridzky merupakan Ketua DPD Partai Golkar Tuban dan Riyadi sebelum pilkada 2020 mempunyai pengalaman banyak sebagai seorang kepala desa. Setiajit di Pilkada Tuban tahun 2011 pernah menjadi Calon Bupati namun kalah, sementara RM. Armaya Mangkunegara pada Pileg 2014 menjadi Caleg DPR RI dari Partai Demokrat. Dan berikut disampaikan profil singkat pada Paslon yang bertarung pada Pilkada Tuban 2020.

Tabel 4.2

Profil Paslon Nomor Urut 01 Khozanah Hidayati-MuhammadAnwar

1) Profil Calon Bupati	
Nama Lengkap	: Khozanah Hidayati, SP, M.P
Tempat/Tanggal Lahir/Umur	: Tuban, 23 Mei 1969
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Alamat Tempat Tinggal (Sesuai Ktp)	: Jl. KH Musta'in No. 28 Rt: 001 Rw 003 Kelurahan Kutorejo Tuban
Pendidikan Terakhir	: S-2
Pekerjaan	: Anggota DPRD Prop. Jatim Fraksi PKB
2) Profil Calon Wakil Bupati	
Nama Lengkap	: Muhammad Anwar
Tempat/Tanggal Lahir/Umur	: Gresik, 23 Januari 1964
Agama	: Islam
Jenis Kelamin	: Laki-Laki
Alamat Tempat Tinggal (Sesuai Ktp)	: Jl.Arjuna 1/11 Puri Indah RT 02/RW 01 Kelurahan Latsari Tuban
Status Perkawinan	: Kawin

Sumber : KPU Kabupaten Tuban

Tabel 4.3

Profil Paslon No Urut 02 Aditya Halindra Faridzky – Riyadi

- | | |
|-----------------------------------|--|
| 1) Profil Calon Bupati | |
| Nama Lengkap | : Aditya Halindra Faridzky, SE |
| Tempat/Tanggal Lahir / Umur | : Surabaya/15 April 1992 |
| Jenis Kelamin | : Laki - laki |
| Agama | : Islam |
| Alamat Tempat Tinggal Sesuai KTP | : Jl. Letda Sucipto, No. 135
RT 003/ RW 006 Kelurahan
Perbon Tuban |
| Status Perkawinan | : Belum Kawin |
| Pendidikan Terakhir | : Strata 1 |
| Pekerjaan | : Wiraswasta |
| 2) Profil Calon Wakil Bupati | |
| Nama Lengkap | : H. Riyadi, SH |
| Tempat/Tanggal Lahir /Umur | : Tuban/24-11-1971/48 Tahun |
| Jenis Kelamin | : Laki – laki |
| Agama | : Islam |
| Alamat Tempat Tinggal Sesuai KTP) | : Dusun Maibit Wetan
RT 003/ RW 001 Desa Maibit
Kecamatan Rengel Tuban |
| Status Perkawinan | : Kawin |
| Pendidikan Terakhir | : S1 |
| Pekerjaan | : Wiraswasta |

Sumber : KPU Kabupaten Tuban

Tabel 4.4
Profil Paslon Nomor Urut 03 Setiajit - Armaya Mangkunegara

1) Profil Calon Bupati	
Nama lengkap	: H. Setiajit, S.H., M.M.
Tempat/tanggal lahir/Umur	: Tuban, 02 Desember 1960/ 59 Tahun
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Agama	: Islam
Alamat Tempat Tinggal (sesuai KTP)	: Wisma Menanggal I/24 RT :01/ RW: 04 Kelurahan Menanggal Gayungan Kota Surabaya
Status Perkawinan	: Kawin
Pekerjaan	: PNS
2) Profil Calon Wakil Bupati	
Nama lengkap	: Dr. RM. Armaya Mangkunegara, S.H.M.H
Tempat/tanggal lahir/Umur	: Tuban/11 Januari 1988
Jenis Kelamin	: Laki- Laki
Agama	: Islam
Alamat Tempat Tinggal (KTP)	: Jl. Sunan Kalijaga No. 02 RT 008 RW 003 Kelurahan Lajolor Kec. Singgahan Tuban
Status Perkawinan	: Kawin
Pendidikan Terakhir	: S-3 (Doktor)
Pekerjaan	: Dosen

Sumber : KPU Kabupaten Tuban

4.4 Tahapan Pilkada

Seperti disampaikan diawal bahwa pelaksanaan Pilkada tahun 2020 terjadi bencana non alam berupa Corona Virus Disease 2019 (Covid-19). Oleh karena itu

semua tahapan pilkada telah diatur dan merujuk pada Peraturan KPU No 5 Tahun 2020 Tentang Perubahan Ketiga Atas Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 15 Tahun 2019 Tentang Tahapan, Program Dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilihan Gubernur Dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, Dan/Atau Wali Kota Dan Wakil Wali Kota Tahun 2020. Peraturan tersebut merujuk pada Keputusan Presiden Nomor 11 Tahun 2020 tentang Penetapan Kedaruratan Kesehatan Masyarakat Corona Virus Disease 2019 (COVID-19), yang menetapkan Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) sebagai jenis penyakit yang menimbulkan kedaruratan kesehatan masyarakat dan wajib dilakukan upaya penanggulangan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang- undangan, termasuk untuk penyelenggaraan upaya pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Wali Kota dan Wakil Wali Kota Tahun 2020

Selain itu juga pertimbangan dalam mengantisipasi menyebarnya Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) di wilayah Indonesia dan dengan telah ditetapkannya Keputusan Presiden Nomor 12 Tahun 2020 tentang Penetapan Bencana Non alam Penyebaran Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) sebagai Bencana Nasional, yang menetapkan Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) sebagai bencana nasional di Indonesia, perlu dilakukan penyesuaian tahapan, program, dan jadwal penyelenggaraan pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati dan/atau Wali Kota dan Wakil Wali Kota Tahun 2020. Dan berikut ini disampaikan tahapan Pilkada Tahun 2020.

Tabel 4.5

Tahapan Persiapan Pilkada 2020

¹ Tanggal	Tahapan
30 September 2019	Perencanaan Program dan Anggaran
1 Oktober 2019	Penyusunan dan Penandatanganan Naskah Perjanjian Hibah Daerah (NPHD)
Setelah penandatanganan NPHD hingga 3 bulan setelah pengusulan pengesahan dan pengangkatan	Pengelolaan Program dan Anggaran
1 November 2019 - 8 Desember 2020	Sosialisasi kepada Masyarakat
1 November 2019 - 8 Desember 2020	Penyuluhan/Bimbingan Teknis Kepada KPU Provinsi/KIP Aceh, KPU/KIP Kabupaten/Kota, PPK, PPS dan KPPS
15 Januari 2020 - 23 November 2020	Pembentukan PPK, PPS, dan KPPS
1 November 2019 - 8 November 2020	Pendaftaran Pemantauan Pemilihan
23 Januari 2020 - 23 Maret 2020	Pengolahan Daftar Penduduk Potensial Pemilih Pemilihan (DP4)
23 Maret 2020 - 6 Desember 2020	Pemutakhiran Data dan Daftar Pemilih

Tabel 4.6**Tahapan Pelaksanaan Pilkada 2020**

Tanggal	Tahapan
26 Oktober 2019 - 23 Agustus 2020	Syarat Dukungan Pasangan Calon Perseorangan
4 September 2020 – 6 September 2020	Pendaftaran Pasangan Calon
26 September 2020 - 5 Desember 2020	Masa Kampanye
25 September 2020 – 25 Desember 2020	Laporan Audit dan Dana Kampanye
7 Agustus 2020 – 20 November 2020	Pengadaan dan Pendistribusian Perlengkapan Pemungutan dan Penghitungan Suara
9 Desember 2020	Pemungutan dan Penghitungan suara di TPS
9 Desember 2020 - 26 Desember 2020	Rekapitulasi Hasil Penghitungan Suara

4.5 Pilih

Dalam demokrasi pemenang Pilkada ditentukan oleh suara mayoritas sehingga faktor pilih menjadi sangat penting. Aktifitas para kandidat selama masa kampanye tidak lepas dari bagaimana mempengaruhi para pemilik suara agar mau memilihnya. Untuk itu berkaitan dengan pilih pada pilkada serentak tahun 2020 telah ditetapkan Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2020 Tentang Perubahan Atas Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 8 Tahun 2018 Tentang Pemungutan Dan Penghitungan Suara Pemilihan Gubernur Dan Wakil Gubernur, Bupati Dan Wakil Bupati Dan/Atau

Wali Kota Dan Wakil Wali Kota

Pada pasal 1 dijelaskan bahwa yang dimaksud ¹ **Pemilih adalah penduduk yang berusia paling rendah 17 (tujuh belas) tahun atau sudah/pernah kawin yang terdaftar dalam Pemilihan**. Pasal 6 Pemilih yang berhak memberikan suara di TPS, yaitu: a. Pemilih yang terdaftar dalam DPT di TPS yang bersangkutan (Model A.3- KWK); b. Pemilih yang telah terdaftar dalam DPPH (Model A.4- KWK); atau c. Pemilih yang tidak terdaftar dalam DPT yang menggunakan hak pilihnya pada hari pemungutan suara dan didaftarkan dalam formulir Model C. Daftar Hadir Pemilih Tambahan-KWK. Dan pada pilkada Tuban 2020 dapat dilihat rincian dan jumlah Daftar Pemilih Tetap (DPT) sebagaimana pada tabel.

Tabel 4.7

**Daftar Pemilih Tetap (DPT) Dalam Pilkada
Kab Tuban 2020**

No	Kecamatan	Laki- Laki	Perempuan	Jumlah
1	Kenduruan	11.379	11.490.	22.869
2	Jatirogo	22.140	22.446	44.586
3	Bangilan	18.758	19.078	37.836
4	Bancar	22.757	23.295	46.052
5	Senori	16.761	16.645	33.406
6	Tambakboyo	16.374	16.476	32.850
7	Singgahan	16.168	16.403	32.571
8	Kerek	26.783	28.039	54.822
9	Parengan	21.431	22.052	43.483
10	Montong	21.714	21.473	43.187
11	Soko	33.227	33.668	66.895
12	Jenu	21.061	21.494	42.555
13	Merakurak	22.677	23.682	46.359
14	Rengel	23.238	23.591	46.829

15	Semanding	42.109	44.479	86.588
16	Tuban	30.926	32.988	63.914
17	Plumpang	30.574	30.992	61.566
18	Palang	32.315	33.097	65.412
19	Widang	19.443	19.751	39.194
20	Grabagan	15.702	15.843	31.545
	TOTAL	475.537	476.982	942.519

Sumber KPU Kabupaten Tuban

4.6 Dana kampanye

Kampanye menjadi bagian penting dari tahapan proses pemilihan gubernur dan wakil gubernur, bupati dan wakil bupati, dan/atau walikota dan wakil walikota, sebab pada kesempatan tersebut dapat dimanfaatkan secara maksimal oleh paslon untuk melakukan komunikasi politik, pendekatan sekaligus penggalangan dukungan para pemilih. Konsekwensi dari kegiatan kampanye tersebut tentunya membutuhkan dana yang bersumber dari berbagai pihak, sehingga dibutuhkan peraturan terkait dana kampanye baik dari segi penerimaan maupun penggunaan untuk mengantisipasi kecurangan di lapangan. Terkait dengan dana kampanye tersebut telah diatur dalam Undang-Undang (UU) No. 10 Tahun 2016 Pasal 74 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 Tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, Dan Walikota Menjadi Undang-Undang. Didalamnya terdapat aturan mengenai sumber dana kampanye serta kewajiban yang harus dilaksanakan misalnya pemberi sumbangan ¹ harus mencantumkan identitas yang jelas, penggunaan dana Kampanye pasangan calon wajib dilaksanakan secara transparan dan akuntabel sesuai standar akuntansi keuangan dan pembatasan dana

Kampanye pasangan calon ditetapkan oleh KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/ Kota dengan mempertimbangkan jumlah pemilih, cakupan/ luas wilayah, dan standar biaya daerah.

Selain itu terdapat juga Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Nomor 5 Tahun 2017 tentang Tentang Dana Kampanye Peserta Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/ atau Walikota dan Wakil Walikota sebagai petunjuk pelaksanaan tentang dana kampanye Pilkada 2020. Berdasarkan pengumuman KPU Kabupaten Tuban Nomor: 580/PL.02.5-Pu/3523/KPU-Kab/X11/2020 Tentang Hasil Audit Laporan Dana Kampanye Peserta Pemilihan Bupati Dan Wakil Bupati Tuban Serentak Lanjutan Tahun 2020 terlihat bahwa semua paslon dinyatakan patuh. Aditya Halindra Faridzky-Riyadi menjadi paslon dengan jumlah dana kampanye terbesar baik dari penerimaan dan pengeluaran, sementara paslon Setiajit-Armaya Mangkunegara merupakan paslon yang mendapat dan menggunakan dana kampanye terkecil.

Tabel 4.8

**Hasil Audit Laporan Dana Kampanye
Peserta Pemilihan Bupati Dan Wakil Bupati Tuban**

No	Nama Pasangan Calon	Hasil Audit	Dana Kampanye			
			Penerimaan	Pengeluaran	Saldo	Ket
1.	Khozanah Hidayati, SP.MP. Dan Muhammad Anwar	Patuh	1.122.828.448,50	1.109.501.189,70	13.327.258,80	
2.	Aditya Halindra Faridzky, S.E Dan H. Riyadi, S.H	Patuh	2.445.500.000,00	2.445.500.000,00	0,00	

3.	H. Setiajit S.H., M.M. Dan Dr. Rm Armaya Mangkunegara S. H., M.H.	Patuh	571.014.269,86	569.017.853,97	1.996.415,89	
----	---	-------	----------------	----------------	--------------	--

Sumber : KPU Kabupaten Tuban

4.7 Tim Kampanye Paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi

Struktur Tim kampanye Paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi banyak diisi oleh para politikus senior yang berasal dari tiga Parpol pengusung. Bahkan masing-masing pimpinan parpol daerah selaku pengusung di posisikan sebagai Panesehat, seperti Ketua Umum DPD II Partai Golkar Kabupaten Aditya Halindra Faridzky, Plt Ketua DPD Partai Demokrat Tuban Didik Mukrianto dan Ketua Umum DPD PKS Tuban Syaiful Antariksa. Keberadaan Tim dan Petugas kampanye merupakan bagian dari tim kemenangan yang dibentuk secara formal dan secara administrasi diserahkan kepada pihak KPU Kabupaten Tuban.

Tabel 4.9

Susunan Tim Kampanye Aditya Halinda Faridzku-Riyadi

Tim Kampanye			
No	Nama	Alamat	Jabatan
1	Dra. Hj. Haeny Relawati R.W., M. Si	Jl. Letda Sucipto- Tuban	Penasehat
2	Didik Mukrianto	Bojonegoro	Penasehat
3	H. Surawi	Bojonegoro	Penasehat
4	Imam Budi Prasetjia	Bojonegoro	Penasehat
5	Aditya	Jl. Letda Sucipto-	Penanggung Jawab

	Halindra Faridzky, SE	Tuban	
6	H. Riyadi, SH	Maibit, Rengel	Penasehat
7	Kapt. (Pur) Kacuk Karsono	Karang Indah – Tuban	Penanggung Jawab
8	Syaiful Antariksa, S. Kom	Siwalan Permai – Tuban	Penanggung Jawab
9	Suratmin, SH	Margorejo – Kerek	Sekretaris
11	H. M. Hadi Nuriza, Lc, M. Pd	Soko – Tuban	Wakil Sekretaris
12	Sugiharto	Karang Indah Tuban	Wakil Sekretaris
13	Drs. Zaenal Arifin	Tegalboro – Tuban	Wakil Sekretaris
14	Dra. Suprpti, M. Pd	Jl. Basuki Rachmat – Tuban	Bendahara
15	Anisa'i Khoiriyah	Kembangbilo – Tuban	Wakil Bendahara
Penghubung Pasangan Calon			
1	Sugiantoro, A.Md	Gedongombo, Semanding, Tuban	Penghubung

Tabel 4.10
Daftar Petugas Kampanye Paslon Aditya Halindra Faridzky – Riyadi

Petugas Kampanye			
No	Nama	Alamat	Jabatan
1	Drs. Hartomo, M. Si, M. Pd	Tuban	Ketua Pelaksana
2	Sugiantoro, A. Md	Gedongombo, Semanding	Wakil Ketua Pelaksana
3	Drs. A. Mufid Budiono	Tuban	Koordinator Bidang Kajian & Materi
4	Drs. Zaeni, M. Pd	Sobontoro - Tambakboyo	Anggota
5	M. Ilmi Zada, ST	Perum Puri Indah - Tuban	Anggota
6	Arina Jumiawati, SH. M. Hum	Siwalan Permai Tuban	Kordinator Bidang Pencitraan
7	Maya Firdana N J	Bojonegoro	Anggota
8	Ahmad Maulana	Semanding- Tuban	Anggota
9	Maratun Sholihah, SH	Kembangbilo - Tuban	Anggota
10	Warsito, S. Pd M. Hum	Tegal Agung - Semanding	Kordinator Bidang Kampanye
11	Bambang Dwiyono	Sidorejo Tuban	Anggota
12	Cipto, SH	Pakah Plumpang	Anggota
13	Sukat	Pandang Agung - Soko	Anggota
14	Drs. Mujito	Bogorejo Merakurak	Anggota
15	Imam Sutiono, SH	Kumpulrejo - Parengan	Anggota
16	Tariyanto S. Kep, Ns	Kayen- Bancar	Koordinator Bidang Logistik
17	Karmono, SH, M. Hum	Sumberagung- Plumpang	Anggota
18	M. Mustasim Billah	Puri Indah - Tuban	Anggota
19	Bambang Mujiyanto, S.H	Palang	Anggota
20	Soewarto Darmandi, S.H	Sugihwaras - Jenu	Kordinator Bidang Advokasi
21	Drs. Karmani, M. Si	Latsari- Tuban	Anggota
22	Hanif Prawoto	Tuban	Anggota
23	Hj. Sulasih Noer Mahfudhoh	Kradenan - Palang	Anggota
24	Drs. H. Mukhsin	Latsari Tuban	Kordinator Posko Pilkada

25	H. Achmad Rodhi, BA	Bogorejo - Bancar	Anggota
26	Kasiyan Sugianto, S. Ag	Remen-Jenu	Anggota
27	Sri Wahyu Heriyanti	Karangindah - Tuban	Anggota
28	Drs. Sugeng Winoto, SE	Karang Indah Tuban	Kordinator Bidang Pengamanan Suara
29	Asmahani Ainisah	Karang Indah Tuban	Anggota
30	Edi Susanto	Prambon - Soko	Anggota
31	Rasmul Fuad	Kablukan - Bangilan	Anggota
32	Hj. Khoirul Inayah	Latsari - Bancar	Anggota

4.8 Tim Relawan Dadi

Lahirnya Tim Relawan Dadi muncul setelah Paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi resmi melaksanakan pendaftaran di KPU Kabupaten Tuban, dan sesuai aturan mengharuskan adanya pembentukan tim pemenangan/ tim kampanye Aditya Halindra Faridzky-Riyadi yang bersifat formal untuk diserahkan kepada KPU Kabupaten Tuban. Cabup Riyadi kemudian memandang perlunya membentuk tim sendiri dalam rangka penguatan terhadap Tim Kampanye/ pemenangan formal tersebut. Dan akhirnya terbentuk Tim Relawan Dadi tapi semua aktivitas yang dilakukan adalah dalam rangka pemenangan Aditya Halindra Faridzky-Riyadi.

Tabel 4.11
Struktur Tim Inti / Pusat
Relawan Lindra-Riyadi (Dadi) Pilkada Tuban 2020

NO	NAMA	JABATAN
1	Ahmad Murtafik	Ketua
2	Arif Bambang	Wakil Ketua
3	Ali Zainul Sofan	Sekretaris

4	Majid	Bidang Humas
5	Setiaji	Bidang Perlengkapan
6	Teguh	Bidang Media
7	Toni Wicaksono	Bidang Operasional
8	Hari Kunting	Bidang Pemenangan
9	Qowim Anwar	Bidang Teknologi Informasi
10	Muttaqin	Bidang Hukum

Sumber : Wawancara Dengan Ali Zainul Sofan (Sekretaris Tim Inti Relawan Dadi)

4.9 Hasil Pilkada Kabupaten Tuban 2020

Berdasarkan Keputusan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Tuban Nomor:1860/PL.02.6-Kpt/3523/KPU-Kab/XII/2020 Tentang Penetapan Rekapitulasi Hasil Penghitungan Suara Dan Hasil Pemilihan Bupati Dan Wakil Bupati Tuban Serentak Lanjutan Tahun 2020 Paslon yang ditetapkan pada tanggal 15 Desember 2020 paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi memperoleh suara tertinggi. Selanjutnya Pada tanggal 22 Januari 2021 melalui Keputusan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Tuban Nomor:21/PL.02.7-Kpt/3523/KPU-Kab/1/2021 Tentang Penetapan Pasangan Calon Bupati Dan Wakil Bupati Tuban Terpilih Dalam Pemilihan Bupati Dan Wakil Bupati Tuban Serentak Lanjutan Tahun 2020 Menetapkan Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Tuban Terpilih dalam Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Tuban Serentak Lanjutan Tahun 2020 Pasangan Calon Nomor Urut 2 (Dua), Aditya Halindra Faridzky, S.E dan H. Riyadi, SH dengan perolehan suara sebanyak 423.236 (Empat Ratus Dua Puluh Tiga Ribu

Dua Ratus Tiga Puluh Enam) suara atau 60,00% (Enam Puluh Koma Nol Nol Persen) dari total suara sah.

Tabel 4.12

Hasil Penghitungan Perolehan Suara

No Urut	Nama Paslon	Perolehan Suara
1	Khozanah Hidayati, SP.MP, dan Muhammad Anwar	170.955
2	Aditya Halindra Faridzky, S.E dan H. Riyadi, SH	423.236
3	Setiajit,SH,MM dan Dr. RM Armaya Mangkunegara, S.H, M.H.	110.998

Sumber : KPU Kabupaten Tuban

TEMUAN DAN HASIL PENELITIAN**5.1 Strategi Komunikasi Politik Paslon Aditya Halindra Faridzky – Riyadi**

Pada bagian ini akan disampaikan bagaimana strategi dan langkah komunikasi politik yang dilakukan oleh Paslon Aditya Halindra Faridzky – Riyadi sehingga bisa memenangkan kontestasi Pilkada Tuban 2020. Secara garis besar terlihat bahwa Aditya Halindra Faridzky-Riyadi menggunakan strategi komunikasi pada semua komponen atau unsur dalam yakni meliputi: komunikator, penyusunan pesan politik, sasaran / khalayak politik, dan juga pada pemilihan saluran media. Dengan demikian seluruh pembahasan akan merujuk ke empat unsur yang dimaksud tersebut sehingga memperoleh gambaran bagaimana strategi dan langkah komunikasi politik yang dimainkan paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi dalam meraih sebuah kemenangan.

5.1.1 Strategi Penyusunan Visi Misi dan Pesan Politik

Paslon Aditya Halindra Faridzky - Riyadi mempunyai visi: Membangun serta mewujudkan Tuban sejahtera, berkeadilan, berbudaya, berdaya saing dan berbasis lingkungan melalui mbangun deso noto kutho. Dan konsep mbangun deso noto kutho (membangun desa menata kota) tidak lepas dari sosok Haeny Relawati yang pernah menjabat Bupati Tuban selama dua periode (2001-2006 dan 2006-2011) juga merupakan ibu kandung Aditya Halindra Faridzky yang mencolankan diri sebagai Cabup pada Pilkada Tuban 2020. Selama menjabat dua periode 2020 tersebut, Haeny Relawati dianggap oleh masyarakat berhasil dalam melakukan

pembangunan terutama infrastruktur baik di pedesaan maupun kota. Hal tersebut dimanfaatkan betul oleh Tim Pemenangan dengan membangun pesan politik bahwa jika paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi menang maka Program Haeny Relawati dalam membangun deso noto kutho akan diteruskan. Adanya hubungan keluarga yakni sebagai ibu dan anak antara Haeny Relawati dan Aditya Halindra Faridzky mendapat justifikasi bahwa sosok ibu tidak akan jauh dari anak dalam menjalankan programnya.

“Program Mbangun Deso Noto Kuto adalah melanjutkan program Ibu Haeny saat dulu menjabat 2 periode. Dan itu sangat terkesan oleh masyarakat karena selama ibu Haeny menjabat sampai sekarang masih terieng kebaikan dimasyarakat. Jasa Ibu Haeny saat menjabat diturunkan saat anak mau menjabat itu masih menggaung. Sehingga antusiasme masyarakat percaya bahwa nanti anaknya akan tidak jauh dari ibunya. Konsep Mbangun Desa Noto Kuto ingin ditonjolkan supaya masyarakat tahu bahwa Program mas Lindra adalah meneruskan Ibunya. Karena ketika Bu Heny selesai 2 periode, Bupati selanjutnya punya program yang berbeda.” (wawancara dengan Sdr. Kacuk Karsono, Penanggun Jawab Tim Kampanye Aditya Halindra Faridzky – Riyadi tanggal 22 mei 2022)

Dan untuk mewujudkan visi dan pesan politik utama yakni membangun deso noto kutho Paslon Aditya Halindra Faridzky –Riyadi menjabarkan kedalam 4 langkah misi yakni. Pertama membangun dan mewujudkan infrastruktur desa dan utilitas kota yang terpadu,partisipatif, efektif, berwawasan lingkungan serta selaras dengan pertumbuhan dan pemerataan sosial, ekonomi dan budaya, serta bertumpu pada nilai- nilai agama, budaya, dan kearifan lokal. Kedua, meningkatkan pengelolaan dan nilai tambah sektor pertanian secara meluas (pertanian, perikanan peternakan, perkebunan), pariwisata, perindustrian, perdagangan), yang berbasis

pemberdayaan dan ekonomi kerakyatan. Ketiga, mewujudkan sumber daya manusia berkualitas dan terlatih, menciptakan seluas- luasnya kesempatan berusaha, membangun dan memantapkan sinergisitas daya saing usaha ekonomi lokal dan pengembangan ekonomi kreatif. Dan yang keempat memantapkan Tata Kelola Pemerintah daerah yang baik, professional, transparan, akuntabel, dan sistem pengawasan yang efektif. Penjelasan Program Kerja 2021-2024 dalam mewujudkan misi Tuban sejahtera, berkeadilan, berbudaya, berdaya saing dan berbasis lingkungan melalui #mbangun deso noto kutho# kemudian dijabarkan sebagai berikut :

- 1) Membangun Infrastruktur yang partisipatif: pemulihan jalan, pemulihan penerangan jalan, revitalisasi irigasi pertanian, revitalisasi sarana prasarana perikanan, revitalisasi sarana prasarana kesehatan, revitalisasi sarana prasarana pendidikan;
- 2) Membangun serta memantapkan sumber daya manusia berkualitas berbasis nilai-nilai agama, budaya, dan kearifan lokal; penguatan kesenian tradisional, adat dan budaya lokal; penguatan pendidikan karakter
- 3) Membangun serta memantapkan peran serta masyarakat, pemerintahan desa, bumdesa dan dunia usaha, menumbuhkembangkan satu desa satu unggulan; kerja sama Desa; dukungan penguatan Tuban koridor maritim logistik; penguatan ketahanan pangan;
- 4) Membangun ekonomi kerakyatan serta memantapkan nilai tambah melalui penguatan peran serta dunia usaha dalam kemitraan dan kewirausahaan masyarakat; produktivitas, olah dan kemas penganeekaragaman usaha pertanian, perikanan darat dan laut, Peternakan; produktivitas, olah dan kemas penganeekaragaman usaha wisata, seni dan budaya tradisional, kerajinan, kuliner; pengembangan wisata berbasis lingkungan;
- 5) Membangun pendidikan yang partisipatif dengan memperluas jangkauan: bantuan siswa kurang mampu, bantuan biaya sekolah dan tunjangan

kinerja guru tidak tetap dan guru ngaji, penguatan bantuan operasional Madrasah Diniyah, penguatan insentif pengembangan pondok pesantren dalam menumbuhkembangkan partisipasi sekolah; muatan lokal; pelatihan oleh dan berbasis dunia Usaha; dukungan pengelolaan SMU dan SMK jurusan prioritas (kelautan, teknologi pertanian. Pariwisata);

- 6) Membangun, ⁵ memulihkan serta menantapkan lingkungan yang partisipatif: perencanaan pembangunan yang berwawasan serta selaras dengan lingkungan alam serta sosial; konservasi serta dukungan rehabilitasi lahan, lingkungan, kawasan pantai, hutan dan pertambangan; konservasi sumber air; Ruang terbuka hijau, dan menumbuhkembangkan biopori, dukungan pengelolaan dan pemanfaatan sampah
- 7) Membangun kesehatan, melalui penguatan kualitas kesehatan ibu dan anak, kesehatan lansia, kesehatan masyarakat, gizi masyarakat, ⁵ akses-fasilitas-pelayanan kesehatan yang meluas, perbaikan sanitasi lingkungan dan air bersih;
- 8) Membangun serta menumbuhkembangkan pemuda wirausaha sarana keolahragaan, kesenian, kebudayaan, kerajinan, kewirausahaan;
- 9) Membangun pemerintahan: menantapkan budaya birokrasi yang melayani, pelayanan berbasis IT, sistem pengendalian internal, sistem pengawasan yang efektif.

Dengan demikian pada unsur pesan, Paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi dengan Tim Pemenangan menggunakan strategi komunikasi politik melalui penyusunan pesan utama yakni konsep Mbangun Deso Noto Kutho yang tertuang dalam visi misi Paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi yang dipandang dapat

mempengaruhi masyarakat / calon pemilih yakni ada. Pesan utama tersebut dipilih setelah mempertimbangan aspirasi dan isu yang berkembang dimasyarakat Tuban dimana periode Haeny Relawati (Bupati Tuban periode 2001-2006 dan 2006-2011) dianggap lebih baik dalam persoalan pembangunan infrastruktur dan Paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi akan meneruskan program tersebut. Bahkan pesan ini juga dijadikan bahan branding politik yang akan dibahas secara khusus nantinya terkait bentuk komunikasi politik Paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi.

Selain pesan utama berupa konsep Mbangun Deso Noto Kutho tersebut, terdapat strategi komunikasi politik oleh Tim Relawan Dadi (Lindra – Riyadi) yang menambahkan isu dan pesan politik kepada masyarakat terkait persoalan kepemimpinan. Dalam hal ini isu kepemimpinan juga dianggap penting dengan mencermati model kepemimpinan sebelumnya, maka Aditya Halindra Faridzky dan Riyadi menawarkan konsep pemimpin untuk semua golongan.

“Kita membaca masyarakat cukup mengapresiasi bahkan mengelukan peninggalan sewaktu kepemimpinan Bupati Haeny Relawati 10 tahun lalu berupa pembangunan infrastruktur yang cukup mereta. Hal ini kita jadikan penetrasi isu jika paslon Lindra-Riyadi terpilih maka infrastruktur akan menjadi prioritas. Masyarakat merasa ketika Bu Haeny sudah tidak lagi menjabat Bupati, pembangunan infrastruktur di Tuban kurang maksimal, misal banyak jalan yang rusak. Yang kedua, kita mendorong bahwa Kepemimpinan Lindra-Riyadi adalah semua golongan. Dalam hal ini isu kepemimpinan bagi kami juga menjadi hal penting bagi masyarakat Tuban secara keseluruhan. Jika terpilih kedepan, kepemimpinan Lindra- Riyadi tidak akan memihak atau memprioritaskan golongan atau kelompok tertentu” (wawancara dengan Ahmad Murtafik, Ketua Tim Relawan Dadi tanggal 15 mei 2022).

5.1.2 Strategi Komunikator

Pada prinsipnya Aditya Halindra Faridzky-Riyadi secara pribadi merupakan komunikator utama dalam menyampaikan pesan politik yang telah disusun kepada masyarakat / calon pemilih. Namun sebagaimana fungsinya komunikator merupakan orang/pihak yang bertindak sebagai pengirim/penyampai pesan dalam proses komunikasi sementara seorang kandidat tidak mungkin dapat menjangkau semua sasaran masyarakat calon pemilih secara langsung. Kandidat juga mempunyai keterbatasan waktu dan adanya peraturan- peraturan dalam pelaksanaan Pilkada. Oleh karena itu dibutuhkan tim sukses / pemenangan yang dapat berfungsi sebagai katalisator penyampai pesan politik seorang kandidat kepada masyarakat / khalayak politik secara langsung. Tim sukses juga dapat berguna dalam membantu meningkatkan popularitas paslon.

Maka strategi Aditya Halindra Faridzky-Riyadi pada unsur komunikator ini adalah dengan menyusun tim pemenangan. Pada Pilkada Tuban tahun 2020 Paslon Aditya Halindra Faridzky- Riyadi mempunyai beberapa tim sukses diantaranya Tim kampanye dan Tim Relawan. Tim kampanye dibentuk secara formal yang sebagian besar dari unsur parpol pengusung, selain itu juga karena adanya tuntutan aturan dari pihak KPU Kabupaten Tuban yang mengharuskan para Paslon untuk menyampaikan struktur tim kampanye. Sementara tim relawan merupakan bagian dari tim pemenangan yang berasal dari masyarakat (non parpol). Semua aktivitas dan kerja tim sukses ditujukan kepada masyarakat agar bersedia mendukung dan memilih sehingga kandidat / paslon bisa menjadi pemenang dalam konstestasi Pilkada. Agar efektif tim kampanye / pemenangan yang telah terbentuk kemudian membuat system / mekanisme kerja diantaranya dengan menerapkan garis

koordinasi / komando yang telah ditentukan sehingga semua jaringan tim pemenangan dapat bekerja sekaligus terkendali, selain itu ada analisa dan evaluasi (anev) yang dilakukan secara berkala terhadap aktivitas kerja pemenangan dan permasalahan yang dihadapi dilapangan.

“Tim pemenangan tidak hanya dari mesin partai juga ada kelompok relawan yang dibentuk (non formal), namun semua di koordinir satu koridor / satu komando yakni kepada penanggung jawab tim pemenangan. Kita menerapkan management terarah terkendali dan terukur. Anev rutin, 3 hari sekali atau bisa 2 hari atau sehari sekali karena jika ada temuan dilapangan langsung anev. Ketika ada satu masalah di sektor wilayah tertentu tim sukses yang membidangi wilayah tersebut langsung turun menangani sehingga permasalahan dengan cepat tertangani.” (wawancara dengan Sdr. Kacuk Karsono, Penanggun Jawab Tim Kampanye Aditya Halindra Faridzky – Riyadi tanggal 22 Mei 2022)

Sementara itu tim Relawan Lindra-Riyadi (Dadi) lahir awalnya digagas oleh cabup Riyadi yang memandang perlunya membentuk tim sendiri sebagai penguat terhadap Tim Kampanye / pemenangan formal yang telah ada. Jadi Tim Relawan Dadi dalam menjalankan aktivitas adalah juga dalam rangka pemenangan paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi. Keberadaan tim relawan ini tentu berbeda dengan tim kampanye yang secara formal dibentuk dan diserahkan ke KPU Kabupaten Tuban. Relawan Dadi berasal dari masyarakat non Parpol namun keberadaannya mempunyai mempunyai peran penting dalam upaya bersama proses pemenangan paslon Aditya Halindra Faridzky- Riyadi pada pilkada Tuban 2020. Tim sukses ini mempunyai struktur dan jaringan pemanangan di hingga di tingkat bawah / TPS.

Dalam proses pembentukan dan sekaligus sebagai garis koordinasi di tingkat kabupaten terdapat tim inti relawan Dadi yang dipimpin oleh seorang ketua,

tim inti ini bertugas merekrut koordinator desa (Kordes) di tingkat desa, dan selanjutnya Kordes merekrut relawan TPS sebagai ujung tombak dalam mencari dan merekrut calon pemilih. Ada beberapa tugas pokok dari Tim Relawan Dadi yaitu sebagai berikut :

1. Memperkuat tugas Tim pemenangan / tim kampanye Aditya Halindra Faridzky-Riyadi dalam mencapai tujuan bersama yakni kemenangan .
2. Membantu meningkatkan popularitas dan elektabilitas paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi.
3. Management komunikasi politik Cabup (Riyadi) ke para tokoh masyarakat Tuban.
4. Membentuk struktur hingga tingkat desa dan TPS sebagai ujung tombak rekrutment massa / calon pemilih.

Dalam strategi komunikasi politik, pemilihan seorang komunikator sangat penting karena sebagai pihak penyampai pesan akan berpengaruh terhadap sasaran atau audience dalam hal ini adalah calon pemilih pada pilkada Tuban. Untuk itu tim relawan Aditya Halindra Faridzky-Riyadi (Dadi) setelah terbentuk langsung bergerak untuk melengkapi struktur jaringan relawan dari atas hingga kebawah. Maka langkah awal yang dilakukan oleh tim inti adalah merekrut koordinator relawan ditingkat kecamatan (Korcam), Korcam kemudian tugaskan untuk membentuk koordinator relawan desa yang kemudian disebut koordinator desa (Kordes). Kordes tersebut diberikan tugas untuk membentuk Tim Relawan ditingkat TPS. Dan para relawan TPS inilah yang menjadi ujung tombak untuk melakukan komunikasi politik secara langsung terhadap calon pemilih di wilayahnya dengan tujuan untuk memilih paslon Aditya Halindra Faridzky – Riyadi.

“ jadi dalam melangkapi jaringan relawan Dadi, tim inti atau pusat merekrut Korcam, Korcam kemudian merekrut Kordes, Kordes merekrut relawan TPS. Dan Relawan Dadi di tingkat TPS merupakan ujung tombak untuk memetakan, mencari, dan melakukan komunikasi politik secara langsung kepada calon pemilih dilingkungannya dengan maksud untuk memilih Paslon Aditya Halindra Faridzky – Riyadi. Kami juga ada system verifikasi terhadap laporan ataupun data hasil kerja yang diberikan para relawan ditingkat bawah untuk menghindari tumpang tindih sasaran” (wawancara dengan Ahmad Murtafik, Ketua Tim Relawan Dadi tanggal 15 Mei 2022)

5.1.3 Strategi Sasaran / Khalayak Politik

Pada strategi komunikasi di unsur khalayak politik ini Tim Kampanye Aditya Halindra Faridzky-Riyadi ingin agar setiap aktivitas komunikasi politik yang dikerjakan bisa memberikan dampak yang efektif. Oleh karena itu mereka melaksanakan pemetaan calon pemilih dengan membagi tiga kelompok khalayak politik atau sasaran. Adapun pembagian kelompok dimaksud yang **pertama kantong basis pemilih** dianggap sebagai sasaran yang mempunyai loyalitas sehingga potensi untuk memilih Aditya Halindra Faridzky – Riyadi tinggi, kemudian yang **kedua kantong abu-abu** adalah sasaran yang dianggap masih belum menentukan pilihan sehingga bisa memilih Lindra-Riyadi atau pihak lawan, dan yang **ketiga kantong lawan** merupakan kelompok yang dianggap loyal pada pihak calon lain sehingga dipandang sulit untuk memilih paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi. Pemetaan tersebut penting untuk menentukan langkah-langkah komunikasi politik terhadap masing-masing kelompok. Tim kampanye Aditya Halindra Faridzky-Riyadi juga membuat target angka kemenangan yakni 70 sd 80

persen, hal tersebut dibuat tentu setelah dilakukan kalkulasi serta bertujuan untuk memacu kinerja tim pemenangan.

jadi paslonindra-Riyadi tidak memakai jasa konsultan politik. Kita percaya pada mesin intern kita sendiri untuk sasaran calon pemilih kami petakan menjadi tiga yakni kantong pemilih kita, kemudian kantong abu-abu dan ada kantong lawan. Kita juga menentukan target angka kemenangan yakni sebesar 70 sampai dengan 80 persen. (Wawancara dengan Sdr. Kacuk Karsono, Penanggung Jawab Tim Kampanye Aditya Halindra Faridzky – Riyadi tanggal 22 Mei 2022)

Sementara itu untuk Tim Relawan Dadi dalam menyikapi khalayak / sasaran yang diperoleh dari data yang bersumber dari jaringan tim relawan TPS yang dibentuk dijadikan sebagai referensi dan gambaran sejauh mana tingkat keterpilihan paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi di tingkat desa atau bahkan TPS. Dan hal tersebut akan menjadi bahan evaluasi bersama dengan Tim pemenangan formalindra-Riyadi mengacu pada target perolehan suara yang telah ditentukan. Aditya Halindra Faridzky dan Riyadi sebagai Pasangan Calon memang saling bekerjasama dan melengkapi dalam upaya pemenangan. Oleh karena itu Riyadi melalui tim relawan Dadi juga fokus ke kantong / daerah yang sekiranya dianggap menjadi wilayah sulit bagi Aditya Halindra Faridzky. Wilayah sulit tersebut merupakan kecamatan- kecamatan di wilayah Tuban yang diidentifikasi secara riwayat merupakan basis suara partai pengusung pihak lawan.

“Karena adanya pandemi covid-19, Bapak Riyadi lebih memilih gerakan blusukan door to door. Yang didatangi adalah para tokoh yang ada didesa atau wilayah tertentu. Pemilihan sasaran juga fokus ke basis wilayah yang dianggap sulit bagi Masindra masuk karena memang sebelumnya merupakan basis pihak lawan seperti kecamatan Montong, Bancar, Jenu dan

Palang. Dan terbukti akhirnya kecamatan tersebut pada Pilkada Tuban 2020 Paslonindra-Riyadi akhirnya menang” (wawancara dengan Ahmad Murtafik, Ketua Tim Relawan Dadi tanggal 15 Mei 2022)

5.1.4 Strategi Pemilihan Media

Sebagaimana kita ketahui pada 11 maret 2020 organisasi kesehatan dunia (WHO) secara resmi menyatakan bahwa Covid-19 sebagai global pandemic. Selain itu pemerintah juga telah menetapkan sebagai kedaruratan kesehatan masyarakat berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 11 Tahun 2020 tentang Penetapan Kedaruratan Kesehatan Masyarakat Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) serta bencana nonalam berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 12 Tahun 2020 tentang Penetapan Bencana Nonalam Penyebaran Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) sebagai Bencana Nasional. Dan karena pelaksanaan Pilkada tahun 2020 ditengah situasi pandemi tersebut sehingga pemerintah menerbitkan UU No 6 Tahun 2020 juga Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2020 Tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 6 Tahun 2020 Tentang Pelaksanaan Pemilihan Gubernur Dan Wakil Gubernur, Bupati Dan Wakil Bupati, Dan/Atau Wali Kota Dan Wakil Wali Kota Serentak Lanjutan Dalam Kondisi Bencana Non alam Corona Virus Disease 2019 (Covid-19).

Dengan demikian strategi pemilihan media untuk menyebarkan pesan – pesan politik menjadi sangat penting menyesuaikan dengan situasi yang ada. Dan tim kampanye paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi cenderung memprioritaskan penggunaan media pertemuan secara door to door atau system blusukan untuk menyapa masyarakat yang ada dengan tetap menerapkan protokol kesehatan. Disebutkan bahwa kampanye melalui pertemuan terbatas ataupun pertemuan tatap

muka hanya boleh dihadiri maksimal 50 orang peserta dengan menerapkan prokes. Meski demikian penggunaan media juga ada seperti iklan, banner, medsos dan lainnya.

“Karena waktu dan situasi pandemi covid-19 kita menyampaikan pesan atau program Paslon Lindra-Riyadi mengutamakan penggunaan kampanye door to door atau minimal kelompok. Tidak ada kampanye yang bersifat terbuka, biasanya kita mengundang maksimal 50 orang di tiap titik yang telah ditentukan dan disitulah kita menyampaikan pesan program apa yang akan kita laksanakan. Kampanye melalui medsos juga ada termasuk publikasi program” (wawancara dengan Sdr. Kacuk Karsono, Penanggung Jawab Tim Kampanye Aditya Halindra Faridzky – Riyadi tanggal 22 Mei 2022)

Sementara itu strategi Tim Relawan Dadi dalam hal pemilihan saluran media penyampaian pesan politik selain menggunakan pola kampanye door to door juga memaksimalkan media sosial. Tim Relawan Dadi sangat menyadari bahwa pelaksanaan Pilkada Tuban 2020 dalam situasi pandemi covid-19 sehingga aktivitas kegiatan di luar seperti pertemuan dan kegiatan kampanye dibatasi oleh aturan khususnya jumlah massa juga dengan tetap mematuhi kebijakan penerapan protokol kesehatan. Oleh karena itu tim inti relawan Dadi berusaha memaksimalkan media sosial saat melaksanakan komunikasi politik atau kampanye pemenangan. Dalam aplikasinya bentuk komunikasi di media sosial mereka yakni mengacu pada aspek komunikasi verbal dan non verbal. Mereka juga membentuk tim media dan tim desain visual yang memproduksi konten-konten untuk disebar / viralkan memanfaatkan jaringan relawan yang telah terbentuk.

“Verbal itu komunikasi langsung bentuknya bisa berupa kata-kata atau dialog sementara non verbal menggunakan simbol simbol. Contoh

komunikasi verbal adalah kegiatan dialog yang kemudian di videokan, kita juga membuat semacam film dokumenter menampilkan sosok Kang Riyadi, dialog podcast bersama Kang Riyadi, serta kegiatan kang riyadi di luar juga kita videokan. Untuk menunjang keberhasilan gerakan di media sosial, Tim inti Relawan Dadi membuat Tim media yang bekerja fokus di media online / media massa, pemberitaan dan pengiriman release. Selain tim media ada juga tim desain visual, tim khusus membuat narasi narasi tentang program dan branding Lindra-Riyadi dalam bentuk pamflet, meme, tulisan tulisan quotes (kata kutipan). Dan itu kita bagikan ke tim relawan ditingkat bawah untuk disebar melalui akun media sosial masing-masing. Bahan materi materi kampanye. Bahan yang kita siapkan, kita lempar ke relawan. Sehingga relawan mengupload sesuai instruksi kita. Bahan tersebut juga kita lengkapi dengan sumber dan tanda yang tercantum ada logo sehingga untuk meminimalisir gambar hoaks dari pihak tertentu. (Wawancara Dengan Ali Zainul Sofan, Sekretaris Tim Inti Relawan Dadi tanggal 2 Juli 2022)

Dengan demikian berdasarkan alur pesan, semua bahan dan konten yang diproduksi oleh tim pusat/tim inti Dadi (melalui tim media dan desain visual) di distribusikan ke tingkat relawan dibawahnya (kecamatan, desa dan TPS) dan di instruksikan untuk diviralkan kemasing- masing akun media sosial yang dimiliki relawan. Setiap relawan mempunyai akun sosial media dengan jangkauan masing-masing. Misal konten bisa dibuat update status WA, di posting akun sosial media seperti Facebook, Twitter dan Instragram, Youtube, Tik Tok dll.

Selain menyebarkan ke pihak relawan bawah, tim inti relawan Dadi juga membuat akun media sosial sendiri yang difokuskan untuk menyebarkan program dan branding paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi juga menasar group Facebook yang populer di wilayah Tuban. Salah satu akun Facebook yang dibuat oleh tim inti relawan Dadi bernama “Sapu Lidi Lindra-Riyadi” dengan link

<https://www.facebook.com/sapulidi.tuban>. Akun tersebut selain dipergunakan untuk menjaga citra positif sekaligus untuk melakukan counter ketika ada isu negatif yang ditujukan kepada Aditya Halindra Faridzky-Riyadi.

“Sebagai contoh aktivitas untuk melakukan counter isu negatif adalah ketika dalam acara Debat Publik antar kandidat Paslon Cabup Cawabup Pilkada Tuban yang diselenggarakan pada tanggal 6 November 2020, saat Mas Lindra jatuh. Muncul pemberitaan dan perbincangan disosial media bahwa Mas Halindra mengalami pingsan saat debat, sehingga hal tersebut dianggap dapat menurunkan citra. Oleh karena itu Tim media Relawan Dadi melalui Akun FB Sapu Lidi Lindra-Riyadi langsung membuat klarifikasi dalam bentuk narasi tulisan yang berisi informasi bahwa Lindra tidak tidak pingsan, namun hanya terjatuh karena pusing dalam waktu sebentar, dan bisa melanjutkan debat lanjutan. Klarifikasi tersebut juga disebar kepada para relawan untuk di viralkan, sehingga dapat menetralkan opini yang semula negative. (Wawancara Dengan Ali Zainul Sofan, Sekretaris Tim Inti Relawan Dadi tanggal 2 Juli 2022)

Dan untuk menilai efektifitas aktifitas komunikasi politik tim relawan Dadi disektor media, dilakukan evaluasi tingkat keberhasilan misalnya sejauh mana respon netizen terhadap setiap unggahan atau postingan yang telah dilakukan. Pada praktiknya penggunaan media sosial sebagai pilihan saluran penyampaian tidak hanya dimainkan oleh tim relawan Dadi, namun juga oleh Aditya Halindra Faridzky dan Riyadi secara personal yang juga mempunyai akun media sosial seperti Facebook, Instagram atau Youtube.

Gambar 5.1

Contoh Counter Isu Negative Tim Media Relawan



Sumber akun FB Sapu Lidi Lindra – Riyadi Tuban tanggal 6 Nov 2020

5.2 Branding Politik (Bentuk Komunikasi Politik Aditya Halindra Faridzky- Riyadi)

Branding politik merupakan salah satu bentuk komunikasi politik yang mana seorang kandidat baik secara personal individu dipersepsikan oleh masyarakat / public. Menyadari pentingnya branding untuk membangun citra, kualitas, dan tentunya daya tarik Paslon oleh khalayak politik, maka Paslon Aditya Halindra Faridzky - Riyadi juga melakukan upaya tersebut. Dan secara khusus branding politik Aditya Halindra Faridzky sebagai cabup dapat dijelaskan sebagai berikut:

1). Kesan Milenial

Aditya Halindra Faridzky sebagai anak muda milleneal dengan status

kependudukan yang belum menikah. Hal tersebut merupakan modal dan dimanfaatkan betul oleh paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi beserta tim suksesnya dalam membangun citra diri sebagai calon bupati representasi generasi milenial. Tentu target utama agar dapat menarik perhatian semua khalayak dan mendulang suara dari segmen anak muda khususnya. Untuk membentuk kesan millenial sosok Aditya Halindra Faridzky misalnya dalam penggunaan fashion lebih memilih menggunakan pakaian yang umumnya menjadi ciri dari anak muda millenial. Bahkan penggunaan pakaian sebagai ciri anak muda dapat dilihat pada foto Aditya Halindra Faridzky yang menggunakan jaket warna kuning (model bomber). Foto tersebut selanjutnya banyak digunakan pada media komunikasi seperti flyer sosial media, spanduk, banner dan bahkan selanjutnya digunakan sebagai foto resmi yang disandingkan dengan foto Riyadi serta digunakan dalam kertas suara Pilkada Tuban 2020.

“jadi foto mas Linda memakai jaket pada Pilkada Tuban 2020 itu sebenarnya merupakan foto yg sama yang digunakan sewaktu menjadi Caleg DPRD ProvinsiJatim di tahun 2019. Pilihan foto itu menjadi pertimbangan mas Linda karena dirasa sudah dikenal masyarakat Tuban. Dan menurut kami memang dengan pilihan penggunaan jaket mas Linda tersebut untuk Gestur dan personal branding lebihdapat karena beliau memang usianya masih muda, lebih memilih memakai jaket daripada jas atau pakaian resmi. Itu busana yang menonjol yang diminati golongan milenial” (Wawancara Dengan Ali Zainul Sofan, Sekretaris Tim Inti Relawan Dadi tanggal 2 Juli 2022)

Gambar 5.2
Contoh Branding Politik Aditya Halindra Faridzky
(Tampilan Pakaian dan Program)



Sumber : Akun Ig @adityahalindra tanggal 9 agustus 2020

1). Kesan penerus Heany Relawati.

Heany Relawati adalah ibu kandung dari Halindra dan merupakan tokoh Partai Golkar di Kabupaten Tuban. Ia tercatat sebagai ketua DPD II Partai Golkar tahun 1994 hingga 2016, kemudian menjadi bupati selama dua periode berturut turut yakni periode 2001-2006 yang dipilih melalui DPRD Kabupaten Tuban dan 2006-2011 yang di pilih secara langsung oleh rakyat. Dikarenakan Haeny Relawati telah menjabat Bupati Kabupaten Tuban selama dua periode tersebut maka sesuai aturan perundang-undangan yang bersangkutan tidak diperbolehkan mencalonkan kembali sebagai Bupati Kabupaten Tuban untuk ketiga kalinya. Oleh karena itu Haeny Relawati untuk ketiga kalinya ikut dalam Pemilihan Kepala Daerah Tuban peridoe 2011-2016 bukan maju sebagai calon Bupati, namun sebagai Calon Wakil

Bupati berpasangan dengan Kristiawan yang saat itu di usung oleh Partai Golkar dan Hanura. Namun pada pilkada tersebut paslon Kristiawan - Haeny kalah oleh Paslon KH Fathul Huda - Noornahar Husein. Pasangan incumbent Fathul Huda - Noornahar Husein juga menang pada Pilkada Tuban periode 2016-2021. Dengan demikian selama dua periode berturut turut pula sejak pilkada Tuban 2011, bupati dan wakil Bupati Tuban tidak berasal dari kader atau calon yang di usung dari Partai Golkar.

Adanya jeda kekuasaan selama 10 tahun tersebut kemudian dimanfaatkan oleh Indra sebagai sosok penerus dan pengganti Heany Relawati. Jadi memang pihak tim pemenangan Aditya Halindra Faridzky-Riyadi sangat meyakini ada ketidakpuasan masyarakat terhadap jalannya pembangunan di masa dua periode kepemimpinan Bupati Fakthul Huda di kabupaten Tuban. Dan sosok Aditya Halindra Faridzky yang ingin ditampilkan sebagai penerus sosok ibunya Haeny Relawati sebagai Bupati Tuban dalam pemerataan pembangunan di Tuban. Bentuk komunikasi berupa branding politik yang dilakukan yakni melalui media seperti iklan cetak, baliho, flyer dan lainnya. Pada media tersebut ditampilkan sosok Aditya Halindra Faridzky dengan dibelakangnya terdapat foto ibunya yakni Haeny Relawati pemberian narasi "Mbangun Kuto Noto Kutho" dan "lanjutkan".

“Program Mbangun Deso Noto Kuto pasangan Indra-Riyadi memang dimaksudnya melanjutkan program Ibu Heany saat masih menjabat 2 periode. Dan itu sangat terkesan oleh masyarakat karena selama ibu Haeny menjabat sampai sekarang masih teriang kebaikannya di masyarakat. Jasa ibu Heany saat menjabat diturunkan saat anak mau menjabat itu masih menggaung. Sehingga antusiasme masyarakat percaya bahwa nanti

anaknya akan tidak jauh dari ibunya. Ketika Bu Haeny selesai 2 periode, bupati selanjutnya mungkin punya program yang berbeda. Sehingga konsep Mbangun Deso Noto Kuto yang ingin ditonjolkan supaya masyarakat tahu bahwa program mas Linda adalah meneruskan ibunya 10 tahun lalu.” (wawancara dengan Sdr. Kacuk Karsono, Penanggung Jawab Tim Kampanye Aditya Halindra Faridzky - Riyadi)

Gambar 5.3
Iklan Media Cetak Dalam Rangka Untuk Branding Politik



Sumber : Akun Ig @adityahalindra tanggal 13 Juli 2020

Dengan potensi branding yang telah dimiliki oleh Aditya Halindra Faridzky selaku Calon Bupati, maka Tim Relawan Dadi juga berusaha membuat branding

politik terhadap sosok Riyadi selaku Calon Wakil Bupati. Hal itu dilakukan sebagai penguatan strategi komunikasi politik paslon demi tercapainya sebuah kemenangan. Riyadi memang sebagai kuda hitam pada Pilkada Tuban 2020, awalnya ia kurang dikenal secara umum oleh masyarakat Tuban. Hal itu dikarenakan latar belakang Riyadi hanya seorang mantan kepala desa dan mempunyai usaha seperti padi, tepung dan lainnya yang memang sangat akrab dengan suasana pedesaan. Dan hal itu dinilai oleh tim relawan Dadi sebagai modal branding terhadap sosok Riyadi yang ingin dikesankan “dari desa dan merakyat”. Latar belakang Riyadi sebagai mantan Kepala Desa juga dimanfaatkan olehnya sebagai modal dalam menjalin komunikasi politik, silaturahmi dengan para Kepala Desa di wilayah Tuban.

“Kang Riyadi sosok orang desa, mantan kepala desa, punya usaha juga dibidang pangan yang sangat akrab dengan kesan desa. Jadi Branding atau kesan yang ingin ditonjolkan kepada masyarakat bahwa Kang Riyadi adalah berangkat dari desa dan merakyat” ” (Wawancara Dengan Ali Zainul Sofan, Sekretaris Tim Inti Relawan Dadi tanggal 2 Juli 2022)

Gambar 5.4
Contoh Branding Politik Akun IG Riyadi
Berada Di Gardu Pedesaan



Sumber : Akun IG @kang_riyadi_tuban tanggal 25 oktober 2020

BAB VI

DISKUSI DAN IMPLIKASI PENELITIAN

6.1 Diskusi

Kemenangan paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi pada pilkada Tuban tahun 2020 tidak lepas dari penggunaan strategi komunikasi politik dan kerja kolaborasi tim pemenangan yakni tim kampanye dan tim relawan Dadi. Aditya Halindra Faridzky dan Riyadi tidak menggunakan jasa lembaga konsultan politik sebagai rujukan penentuan langkah strategi komunikasi politik, namun lebih percaya kepada kemampuan tim pemenangan. Pilkada Tuban yang dilaksanakan dengan situasi pandemi covid-19 sehingga membuat Tim pemenangan menggunakan berbagai strategi untuk meraih banyak dukungan dari khalayak politik dalam hal ini masyarakat yang mempunyai hak pilih. Pemilihan strategi komunikasi politik Aditya Halindra Faridzky-Riyadi pada Pilkada Tuban mencakup semua komponen komunikasi politik yaitu komunikator, pesan politik, khalayak politik dan saluran media.

Pada komponen pesan komunikasi politik paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi menyusun pesan utama melalui konsep program Mbangun Deso Noto Kutho yang juga tertuang dalam visi misi. Konsep tersebut memanfaatkan isu yang berkembang dimasyarakat bahwa Haeny Relawati Bupati Tuban dua periode (2001-2006 dan 2006-2011) juga merupakan ibu kandung Aditya Halindra Faridzky dipandang cukup berhasil dalam melakukan pembangunan infrastruktur sehingga dengan konsep Mbangun Deso Noto Kutho merupakan bentuk pesan politik kepada publik bahwa Aditya Halindra Faridzky-Riyadi sebagai paslon yang akan melanjutkan program Haeny Relawati.

Pada komponen komunikator, Paslon Aditya Halindra Faridzky- Riyadi menyusun tim pemenangan yang berfungsi sebagai katalisator penyampai pesan politik yaitu tim kampanye dan tim relawan. Tim kampanye dibentuk secara formal mengandalkan mesin parpol pengusung, sementara tim relawan merupakan bagian dari tim pemenangan yang berasal dari masyarakat (non parpol) yang secara struktur ada ditingkat kabupaten hingga TPS. Kedua tim pemenangan ini saling bekerjasama / kolaboratif dalam usaha untuk memenangkan Paslon Aditya Halindra Faridzky- Riyadi.

Pada komponen khalayak / sasaran politik, strategi yang digunakan oleh paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi adalah dengan membuat target angka kemenangan sebesar 70 sampai dengan 80 persen yang menjadi acuan kerja tim pemenangan. Mereka kemudian melakukan pemetaan sasaran para pemilih sesuai dengan kategori / klasifikasi diantaranya kantong basis pemilih, kantong abu-abu dan kantong lawan. Pada komponen ini juga terdapat pembagian fokus sasaran wilayah antara Aditya Halindra Faridzky dan Riyadi sehingga keduanya saling mengisi dan berperan dengan harapan semua wilayah dapat tergarap dan menang.

Dan pada komponen media, Aditya Halindra Faridzky-Riyadi lebih fokus menggunakan kampanye door to door atau blusukan dalam melakukan pendekatan terhadap calon pemilih. Hal tersebut dipilih dengan mempertimbangkan adanya situasi pandemi covid-19. Dan untuk memperkuat penyebaran pesan komunikasi politik atau kampanye pemenangan, mereka memaksimalkan penggunaan media sosial.

Selain kampanye, bentuk komunikasi politik lainnya yang dilakukan oleh Aditya Halindra Faridzky dan Riyadi untuk meningkatkan dukungan pemilih adalah

dengan melakukan branding politik. Branding tersebut yakni upaya pencitraan / kesan bahwa Aditya Halindra Faridzky-Riyadi sebagai paslon penerus program Haeny Relawati. Kemudian secara personal branding politik Aditya Halindra Faridzky sebagai sosok milenial, dan Riyadi dengan citra orang dari desa yang merakyat. Berbagai strategi yang merujuk pada komponen komunikasi politik tersebut membuat paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi menang pada Pilkada Tuban 2020 dengan angka 60 persen dan mengantarkan mereka sebagai Bupati dan Wakil Bupati Tuban periode 2021-2025.

6.2 Implikasi Teoritik.

Paslon Aditya Halindra Faridzky - Riyadi telah mengimplementasikan strategi komunikasi politik dalam kemenangan Pilkada Tuban 2020. Strategi tersebut mengacu pada komponen komunikasi politik seperti teori Dan Nimmo yakni komunikator politik, pesan politik, media yang digunakan dalam komunikasi politik, dan khalayak komunikasi politik sehingga memberikan dampak kemenangan. Adapun langkah yang strategi tersebut, pertama dengan penyusunan pesan politik utama melalui program Mbangun Deso Noto Kutho, kemudian membuat target angka kemenangan di sertai dengan pembentukan tim pemenangan dari Kabupaten hingga tingkat TPS, memprioritaskan media kampanye door to door atau blusukan serta penggunaan media sosial untuk memperkuat penyebaran pesan politik.

Implementasi teori tentang branding politik juga secara praktis juga telah dijalankan Aditya Halindra Faridzky - Riyadi baik sebagai pasangan calon (paslon) maupun secara personal. Teori Mitsikopoulou mengatakan bahwa citra dan

personalitas pemimpin dapat dibentuk oleh proses branding, selain itu bahkan branding dapat membantu kandidat untuk mengubah dan memelihara reputasi serta dukungan. Pada aplikasinya politik branding paslon Aditya Halindra Faridzky – Riyadi diwujudkan dengan membangun citra sebagai paslon penerus program Haeny Relawati, dan secara personal branding Aditya Halindra Faridzky sebagai sosok milenial, dan Riyadi sebagai orang dari desa yang merakyat. Dan hal tersebut sangat membantu meningkatkan dukungan pemilih yang terbukti menang sebesar 60 persen.

Namun sebagai catatan bahwa sesuai dengan laporan dana kampanye Aditya Halindra Faridzky – Riyadi mendapat pemasukan dan pengeluaran tertinggi daripada calon lain. Hal ini bisa dijadikan bahan penelitian kedepan terkait faktor modal dan hubungannya dengan keberhasilan kampanye atau politik branding seorang kandidat.

BAB VII

PENUTUP

7.1 Kesimpulan

Bahwa berdasarkan data dan informasi penelitian yang mengacu pada rumusan permasalahan yang di buat pada Bab I yakni bertujuan untuk menjawab bagaimana strategi komunikasi, langkah dan bentuk komunikasi politik Paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi dalam upaya memenangkan pada pilkada kabupaten Tuban tahun 2020 dapat disampaikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan data dan informasi penelitian menunjukan hasil bahwa Paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi menggunakan strategi pada tiap komponen komunikasi politik sehingga bisa menang pilkada Tuban 2020 yakni mencakup: komunikator, pesan politik, khalayak politik dan saluran media. Adapun langkah yang dilakukan dengan penyusunan pesan politik utama melalui Program Mbangun Deso Noto Kutho, kemudian membuat target angka kemenangan di sertai dengan pembentukan tim pemenangan hingga tingkat TPS, memprioritaskan media kampanye door to door serta penggunaan media sosial untuk memperkuat penyebaran pesan politik.
2. Bentuk komunikasi politik Aditya Halindra Faridzky dan Riyadi untuk meningkatkan dukungan pemilih adalah dengan melakukan kampanye dan branding politik sebagai Paslon penerus Program Haeny Relawati. Secara personal Aditya Halindra Faridzky juga melakukan branding politik dengan citra milenial sementara Riyadi dengan citra sosok dari desa yang merakyat.

7.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang disampaikan, maka penulis berkenan memberikan saran sebagai berikut:

1. Kemenangan Paslon Aditya Halindra Faridzky - Riyadi pada pilkada Tuban merupakan kerja keras tim pemenangan. Setiap paslon memang berhak menggunakan berbagai strategi komunikasi politik untuk mencapai kemenangan. Namun pada pelaksanaan strategi komunikasi politik Aditya Halindra Faridzky - Riyadi lebih banyak mengeksploitasi sosok Haeny Relawati selaku orang tua Aditya Halindra Faridzky. Terlepas dari realita bahwa Haeny Relawati selaku mantan Bupati Tuban tersebut memang mempunyai prestasi dalam hal pembangunan infrastruktur, namun dengan mendompleng figur orang tua untuk mendulang suara dapat menyebabkan berkurangnya tradisi adu gagasan yang sebenarnya antar paslon yang menjadi substansi memilih seorang pemimpin. Aditya Halindra Faridzky kedepan sebagai Bupati terpilih harus bisa membuktikan bahwa dirinya memang pantas memimpin karena ide-ide yang diwujudkan dalam karya nyata.
2. Kepada partai politik ataupun individu yang ingin mencalonkan kandidat dalam Pilkada agar selalu optimis, Pilkada Tuban membuktikan bahwa walaupun Paslon Aditya Halindra Faridzky-Riyadi tanpa menggunakan jasa konsultan politik dan secara kursi parpol pengusung lebih sedikit dibanding kandidat lain, namun dengan strategi yang bagus menghasilkan kemenangan.
3. Strategi Komunikasi Politik melalui pendekatan komponen /unsur

komunikasi politik cukup efektif untuk menjadi pedoman perumusan langkah dan alat ukur bagi siapa saja khususnya para kandidat yang ingin memenangkan sebuah kontestasi pemilu/ pilkada.

DAFTAR PUSTAKA

- Mufti, Muslim & Naafisah, Didah Durrotun. (2013). *Teori-Teori Demokrasi*. Bandung: CV Setia Pustaka.
- Angara, Sahya. (2013). *Sistem Politik Indonesia*. Bandung: CV Setia Pustaka.
- Riwanto, Agus. (2016). *Hukum Partai Politik Dan Hukum Pemilu Di Indonesia*. Yogyakarta: Thafa Media
- Aulia, Muhammad and Syam, Hamdani M (2017) "Politik Communication of Aminullah Usman and Zainal Arifin During Election 2017" *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah* : Vol. 2, No. 4
- Qolbi, Nurul (2015) "Strategi Komunikasi Politik Dan Pemenangan Pasangan Muhammad Ramdhan Pomanto-Syamsu Rizal Dalam Pemilihan Walikota Dan Wakil Walikota Makasar Tahun 2013" *Jurnal Sosial Ilmu Politik Unhas*: Vol. 1. : No. 2.
- Pujono, Pujiono ; Muktiyo, Widodo and Hastjarjo, Sri (2015) "Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Partai Golkar dalam Memenangkan Pemilihan Umum 2014 di Kabupaten Sragen" *Jurnal Ilmu Komunikasi*: Vol.13 : No. 3
- Assiddiq, Dafis Ubaidillah and Ambarwati, Dewi (2021) "Strategi Komunikasi Politik Tim Kampanye Daerah Joko Widodo - K.H. Ma'ruf Amin Provinsi Jawa Timur Pemenangan Pilpres 2019" *Jurnal Nomosleca Unmer Malang*, 22 Oktober 2021 : 107-117
- Sasilo, Haris; Sari, Sapta and Indria, Indria (2020) "Strategi Komunikasi Politik Partai Golongan Karya Pada Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2018 (Studi Pada DPD Partai Golongan Karya Di Kota Bengkulu) " *Sengkuni Journal*: Vol. 1: No. 1
- Aminulloh, Akhirul (2010) "Strategi Komunikasi Politik Partai Pada Pemilu

Legislatif 2009 (Studi Kasus Partai Keadilan Sejahtera Yogyakarta)." *Jurnal Ilmu Komunikasi*: Vol. 8 : No : 1 Chumaeson, Wahyuning (2021) "Strategi Komunikasi Politik Gkr Ayu Koes Indriyah Anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPD RI) Dapil Jawa Tengah Periode 2014 -2019 Terhadap Konstituennya Di Provinsi Jawa Tengah" *Intelektiva Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*: Vol.3 : No.1

Nur, Emilsyah (2019) "Strategi Komunikasi Tim Sukses Pada Kampanye Politik Untuk Memenangkan Calon Legislatif Kota Makassar" *Jurnal Diakom*: Vol. 2 : No. 1

Sedarmayanti, Sedarmayanti. (2018). *Managemen Strategi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Tanuwidjaja, William. (2009). *101 Intisari Seni Perang Sun Tzu*. Jakarta: Medpress

Taufiqurokhman, Taufiqurokhman. (2016). *Managemen Strategik*. Jakarta: FISIP Universitas Prof.Dr. Moestopo Beragama.

Soyomukti, Nurani. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz

Media Vardhani, Nabilla Kusuma and Tyas, Agnes Siwi Purwaning (2018) "Strategi Komunikasi Dalam Interaksi Dengan Mahasiswa Pertukaran Asing" *Jurnal Gema Societa*: Vol.2 : No. 1

Wiryanto, Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo

Hayati, Nurul (2014) “ Komunikasi Dalam Organisasi Perpustakaan” *Jurnal Ilmu Perpustakaan & Kearsipan Khizanah Al-Hikmah*: Vol. 2 No. 1

Yusuf, Muhammad Fahrudin. (2021). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi Untuk Perguruan Tinggi Keagamaan Islam (PTKI) Dan Umum*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu

Supriyanto, Didik & Wulandari, Lia. (2013) *Basa Basi Dan Kampanye*,

Pengabaian Prinsip Transparansi Dan Akuntabilitas Peserta Pemilu. Jakarta: Yayasan Perludem

Suprpto, Tommy. (2019). *Filsafat & Teori Komunikasi Sebuah Pengantar Teori, Konsep, & Filsafat Komunikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Gazali, Effendi (2004) "Interaksi Politik dan Media: Dari Komunikasi Politik ke Politik Komunikasi" *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*: Vol.8 : No.1

Subiakto, Henry and Ida, Rahma. (2015) *Komunikasi Politik, Media Dan Demokrasi*. Jakarta: Prenadamedia

Makarom, Zaenal. (2016). *Komunikasi Politik*. Bandung: CV. Pustaka Setia.

Santoso, Didik Haryadi. (2018). *Media Dan Komunikasi Politik (Potret Demokrasi Di Indonesia Dalam Perspektif Komunikasi Politik)*. Yogyakarta: Mbridge Press

Ahmad, Nyarwi. (2012). *Managemen Komunikasi Politik Dan Marketing Politik*. Yogyakarta: Pustaka Zaman.

Bungin, Burhan. (2018). *Komunikasi Politik Pencitraan, The Social Construction of Public Administration (SCOPA) Konstruksi Sosial Atas Citra Pemimpin Publik dan Kebijakan- kebijakan Negara dalam Perspektif Post-Modern Public Communication and New Public Administration*. Jakarta: Prenadamedia Group

Susanto, Eko Harry (2013) "Dinamika Komunikasi Politik Dalam Pemilihan Umum" *Jurnal Kajian Komunikasi* : Vol.1 : No 2

Azhar, Anang Anas (2017). *Pencitraan Politik Elektoral: Kajian Politik Segitiga PAN Dalam Merebut Simpati Masyarakat*. Yogyakarta : Atap Buku Yogyakarta.

Suryawati, Indah (2021) "Political Branding Gubernur Indonesia Melalui Media Sosial" *Medialog Jurnal Ilmu Komunikasi*: Vol. IV: No. II

Abidin, Sholihul & Cindoswari, Ageng Rara "Political Branding Ridwan Kamil

Pada Masa Kampanye Pilgub Jawa Barat 2018 melalui Twitter" *Jurnal Komunikasi dan Media* Vol. 4 : No.1

Kleden, Ignas and Abdullah, Taufik (2017). *Paradigma Ilmu Pengetahuan dan Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora di Indonesia*. Jakarta: LIPI Press

Salim, Salim and Syahrur, Syahrur (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Citapustaka Media

Halik, Abdul (2018) "Paradigma Kritik Penelitian Komunikasi (Pendekatan Kritis-Ekansipatoris Dan Metode Etnografi Kritis)" *Jurnal Tabligh*: Vol. 19 : No. 2

Danim, Sudarwan (2013). *Menjadi Peneliti Kualitatif Ancangan Metodologi, Presentasi, dan Publikasi Hasil Penelitian untuk Mahasiswa dan Peneliti Pemula Bidang Ilmu-ilmu Sosial, Pendidikan, dan Humaniora*. Bandung: Pustaka Setia

Murdiyanto, Eko. (2020). *Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai contoh proposal)*. Yogyakarta: Yogyakarta Press

Sugiyono, Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta

Sarwono, Jonathan. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sidiq, Umar ; Choiri, Moh Miftachul and Mujahidin, Anwar. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: CV Nata Karya.

Walidin, Warul ; Saifullah, Saifullah and Tabrani, Tabrani. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory*. Banda Aceh: FK Ar-Raniry Press.

Depdiknas (2008) *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi keempat*. Jakarta: Percetakan PT Gramedia

TESIS AMIRUL MUKMININ UWKS SELESAI TURNITIN

ORIGINALITY REPORT

6%

SIMILARITY INDEX

7%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

www.jogloabang.com

Internet Source

1%

2

anzdoc.com

Internet Source

1%

3

docplayer.info

Internet Source

1%

4

erepository.uwks.ac.id

Internet Source

1%

5

bloktuban.com

Internet Source

1%

6

gugustugas.riau.go.id

Internet Source

1%

7

Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan
Tinggi Indonesia Jawa Timur

Student Paper

1%

8

mahmud09-kumpulanmakalah.blogspot.com

Internet Source

1%

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On