

SKRIPSI

**STRATEGI KAMPANYE POLITIK DALAM JARINGAN BUPATI
TERPILIH 2020 DI KABUPATEN LUWU TIMUR**

Nadia Sukmawati

Nomor Stambuk : 105641100718



**PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

2022

**STRATEGI KAMPANYE POLITIK DALAM JARINGAN BUPATI
TERPILIH 2020 DI KABUPATEN LUWU TIMUR**

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Pemerintahan

Disusun dan Diajukan Oleh

Nadia Sukmawati

Nomor Stambuk : 105641100718

Kepada

**PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

2022

31/05/2022

1 cap
Sukmawati

P/0058/1PM/2220
SUK
57

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Strategi Kampanye Politik Dalam Jaringan Bupati
Terpilih 2020 di Kabupaten Luwu Timur

Nama : Nadia Sukmawati

Nomor Induk Mahasiswa : 105641100718

Program Studi : Ilmu Pemerintahan

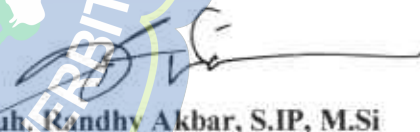
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyetujui:

Pembimbing I

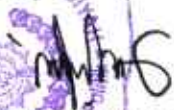

Dr. Hafiz Elhaswa, ST, M.Si

Pembimbing II


Muh. Randhy Akbar, S.IP, M.Si

Mengetahui

Dekan


Dr. Hj. Jhyani Malik, S.Sos., M.Si
NBM. 730.727

Ketua Program Studi


Dr. Nuryanti Mustari, S.IP., M.Si
NBM. 1031 102

PENERIMAAN TIM

Telah diterima oleh TIM Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar, berdasarkan surat Keputusan penguji Skripsi Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar, Nomor : 033/FSP/A.4-II/IV/43/2022 sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam Program Studi Ilmu Pemerintahan di Makassar pada Hari Rabu 27 April 2022.



1. Dr. Hafiz Elfiansyah P., M.Si (Ketua)
2. Rudi Hardi, S.Sos., M.Si
3. Hamrun, S.IP., M.Si
4. Muhammad Randhy Akbar, S.IP., M.Si

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Nadia Sukmawati

Nomor Stambuk : 105641100718

Program Studi Ilmu Pemerintahan

Menyatakan bahwa benar karya tulis ilmiah ini adalah penelitian saya sendiri tanpa bantuan dari pihak lain atau telah ditulis/dipublikasikan orang lain atau melakukan plagiat. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai aturan yang berlaku, sekalipun itu pencabutan akademik.

Makassar, 27 April 2022

Yang menyatakan

Nadia Sukmawati

ABSTRAK

Nadia Sukmawati 2022. Strategi Kampanye Politik Dalam Jaringan Bupati Terpilih 2020 di Kabupaten Luwu Timur. (Dibimbing oleh: Hafiz Elfiansya dan Muh. Randhy Akbar)

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan tipe pendekatan deskriptif. Sumber data diperoleh dari data primer dan data skunder melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Informan dalam penelitian ini sebanyak 9 orang terdiri Bupati terpilih, partai pengusung kandidat, tim pemenang kandidat dan pemilih berdasarkan kategori usia yang merupakan masyarakat Kabupaten Luwu Timur. serta analisis data melalui reduksi data, penyajian data dan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan empat (4) indikator dalam Strategi Kampanye Politik Dalam Jaringan Bupati Terpilih 2020 di Kabupaten Luwu Timur yaitu: Pertama, Penetapan Komunikator, pemilihan komunikator difokuskan kepada seseorang yang dapat mengarahkan kegiatan kampanye secara virtual dan mempunyai kemampuan dalam menggunakan teknologi informasi serta dapat menyampaikan pesan politik kepada masyarakat secara singkat, mudah dipahami dan dapat diterima. Kedua, Menetapkan target sasaran, kegiatan kampanye virtual diarahkan disetiap wilayah yang ada di Kabupaten Luwu Timur untuk dapat menyentuh seluruh lapisan masyarakat dalam menyampaikan visi-misi serta program prioritas kandidat. Ketiga, Menyusun pesan, informasi yang berkaitan dengan visi-misi, program unggulan, serta citra pasangan Husler-Budiman yang menjadi bahan kampanye virtual untuk diinformasikan kepada masyarakat melalui aplikasi zoom dan pendekatan media sosial. Keempat, Pemilihan media, aturan kampanye dalam jaringan membuat tim pemenang membentuk akun media sosial untuk kegiatan kampanye. Begitupun penggunaan berita online untuk meningkatkan citra kandidat.

Kata Kunci : Strategi, Kampanye Politik, dan Pemilihan Kepala Daerah

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran ALLAH SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan Hidayah-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Kampanye Politik Dalam Jaringan Bupati Terpilih 2020 di Kabupaten Luwu Timur”. Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Pemerintahan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.

Penulis menyadari skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Kedua Orang tua tercinta yang sangat berjasa dan senantiasa membesarkan, merawat, memberi pendidikan sampai pada jenjang saat ini, mendoakan, memberi semangat dan motivasi serta bantuan baik moril ataupun materi dan tak lupa kasih sayang yang tak hentinya beliau berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Pembimbing I Bapak Dr. Hafiz Elfiansya, ST, M.Si dan pembimbing II Bapak Muh. Randhy Akbar, S.IP, M.Si yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
3. Ibunda Dr. Nuryanti Mustari, S.IP, M.Si selaku ketua jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.

4. Ibu Dr. Hj. Ihyani Malik, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.
5. Bapak Bupati Luwu Timur, Tim Pemenangan pasangan Husler-Budiman, pimpinan partai politik pengusung pasangan Husler-Budiman dan masyarakat yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi informan sewaktu proses penelitian.
6. Seluruh bapak dan ibu Dosen program studi Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar, yang senantiasa meluangkan waktunya untuk memberi ilmu kepada penulis selama menempuh perkuliahan.
7. Kepada Saudara saya Satu-satunya Muhammad Syaifullah Sukman S.E. Terima telah memberikan dukungan serta doa untuk saya dalam proses menggapai sarjana (S1).
8. Untuk Sahabat saya yaitu Iis suedi dan Chaerul Mahdi terima kasih telah memberi dukungan kepada saya selama proses penulisan skripsi ini.
9. Terkhusus untuk Kakanda senior Andi Fiqi M.Firdaus, saya sangat mengucapkan terima kasih untuk semua dukungan dan bantuannya dalam proses penyusunan skripsi ini.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa skripsi ini sangatlah jauh dari kesempurnaan karena segala sesuatu yang sempurna itu hanya milik ALLAH SWT, dan oleh karena itu demi kesempurnaan skripsi ini, kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya

skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Makassar, 27 April 2022

Yang menyatakan,

Nadia Sukmawati



DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pernyataan Keaslian Karya Ilmiah.....	iii
Abstrak.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi.....	viii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penulisan.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu.....	10
B. Konsep Strategi.....	12
C. Konsep Kampanye Politik Secara Daring.....	17
D. Konsep Elektabilitas.....	26
E. Konsep Pemilihan Kepala Daerah.....	30
F. Kerangka Pikir.....	35
G. Fokus Penelitian.....	36
H. Deskripsi Fokus Penelitian.....	36
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
A. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	38
B. Jenis dan Tipe Penelitian.....	38
C. Sumber Data.....	39
D. Informan.....	40
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41
F. Teknik Analisa Data.....	42
G. Keabsahan Data.....	43
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	46
1. Profil Kabupaten Luwu Timur.....	46
2. Pemilihan Kepala Daerah Luwu Timur 2020.....	49
3. Media Sosial Husler-Budiman.....	56

B. Strategi Kampanye Politik Dalam Jaringan Bupati Terpilih 2020 di Kabupaten Luwu Timur.....	57
1. Penetapan Komunikator.....	58
2. Menetapkan Target Sasaran.....	63
3. Menyusun Pesan.....	68
4. Pemilihan Media.....	74
C. Pembahasan.....	80
1. Penetapan Komunikator.....	81
2. Menetapkan Target Sasaran.....	82
3. Menyusun Pesan.....	83
4. Pemilihan Media.....	84

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan.....	86
B. Saran.....	87

DAFTAR PUSTAKA.....	88
---------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kampanye politik merupakan upaya sistematis guna mempengaruhi khalayak terutama calon pemilih yang bertujuan agar calon pemilih memberikan suaranya kepada kandidat yang sedang berkompetisi dalam suatu pemilihan. Kampanye merupakan hal yang penting dalam pelaksanaan komunikasi politik. Kampanye politik dilakukan sehingga apa yang menjadi tujuan partai dapat tercapai. Kampanye politik ini dilakukan dengan menggunakan instrumen komunikasi politik yang tepat.

Banyak alat yang dapat digunakan untuk menyampaikan kampanye atau pesan politik kepada khalayak. Salah satunya adalah media baru dan media sosial. Media baru merupakan sebuah terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan. Contoh dari media yang sangat merepresentasikan media baru adalah Internet, Program televisi, film, majalah, buku, surat kabar sedangkan Media sosial adalah media online yang menduduki interaksi sosial. Media Sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa jenis situs media sosial populer saat ini antara lain Instagram, Twitter, Facebook, TikTok, hingga Youtube. Media baru dan Media sosial menciptakan komunitas *cyberspace* yaitu sebuah komunitas dunia baru yang mempunyai koneksi jaringan satu dengan yang lainnya tanpa batas waktu dan ruang.

Kampanye politik merupakan sebuah upaya yang terorganisir bertujuan untuk memengaruhi proses pengambilan keputusan para pemilih dan kampanye politik selalu merujuk pada kampanye pada pemilihan umum. Pesan dari kampanye adalah untuk menonjolkan ide bahwa sang kandidat atau calon ingin berbagi dengan pemilih. Pesan sering terdiri dari beberapa poin yang berbicara tentang isu-isu kebijakan. Poin-poin ini akan dirangkum dari ide utama dalam kampanye dan sering diulang untuk menciptakan kesan abadi kepada pemilih.

Kampanye pemilihan umum idealnya merupakan proses penyampaian pesan-pesan politik yang salah satu fungsinya memberikan pendidikan politik bagi masyarakat. Melalui kampanye, partai-partai politik berusaha menyakinkan massa pemilih dengan mengangkat berbagai agenda yang dinilainya akan memberikan keuntungan bagi masyarakat. Karena itu, setiap partai politik selalu berusaha menemukan cara-cara paling efektif untuk merekrut sebanyak-banyaknya massa.

Sesuai dengan aturan untuk baliho maksimal lima per pasangan calon. Selain itu, pasangan calon juga akan mendapatkan spanduk masing-masing dua spanduk per desa, serta mendapatkan umbul-umbul. KPU menyatakan, tim sukses pasangan calon masih diperbolehkan membuat berbagai macam atribut untuk kampanye, namun ada aturan batas maksimal yaitu tidak diperbolehkan lebih dari Rp25 ribu perkepala keluarga. Pada saat kampanye tidak boleh ada atribut peraga kampanye (APK) selain yang sudah difasilitasi KPU baik saat kampanye (terbuka) maupun saat pertemuan

terbatas. Tim kampanye jika membawa APK di luar yang dibuat KPU juga dilarang. Jadwal rapat semua di atur sedemikian rapi sehingga pasangan calon (paslon) bupati dan wakilnya harus ekstra kerja keras dalam menjalankan kampanyenya baik secara terbuka maupun debat calon.

Elektabilitas menjelang pemilihan umum sering kali dengarkan baik itu di televisi, radio, bahkan di media cetak maupun media online. Elektabilitas mempunyai makna sebagai ketertarikan seseorang dalam memilih. Jika selama ini hanya elektabilitas saat Pemilu tiba, faktanya elektabilitas kerap kali diterapkan jua pada jasa, barang, orang bahkan pada badan organisasi maupun kepartaian.

Elektabilitas dapat ditingkatkan dengan pencitraan politik. Citra politik adalah berkaitan dengan pembentukan pendapat umum karena pada dasarnya pendapat umum politik terbangun melalui citra politik. Pencitraan politik sebagai bagian dari komunikasi politik, pencitraan politik dilakukan secara persuasif untuk memperluas arsirah wilayah harapan antara kandidat dengan pemilih. Baik figur yang bersih maupun bermasalah (notorious) secara substansial bekerja keras membangun citra politik untuk mempengaruhi pemilih, karena citra telah menjadi faktor paling menentukan sukses tidaknya sebuah perjalanan kampanye.

Dalam masyarakat, sering diartikan, orang yang populer dianggap mempunyai elektabilitas yang tinggi. Sebaliknya, seorang yang mempunyai elektabilitas tinggi adalah orang yang populer. Popularitas dan elektabilitas tidak selalu berjalan seiring. Orang yang memiliki elektabilitas tinggi adalah orang yang dikenal baik secara meluas dalam masyarakat. Ada orang baik,

yang memiliki kinerja tinggi dalam bidang yang ada hubungannya dengan jabatan publik yang ingin dicapai, tapi karena tidak ada yang memperkenalkan menjadi tidak elektabel. Sebaliknya, orang yang berprestasi tinggi dalam bidang yang tidak ada hubungannya dengan jabatan publik.

Perhelatan Pilkada tahun 2020 akan berbeda dengan Pilkada sebelumnya, dalam keadaan normal kampanye Pilkada selalu menjadi salah satu pesta rakyat yang selalu ditunggu momentumnya. Jika biasanya kampanye dilaksanakan di panggung terbuka dengan pesta besar-besaran seperti melakukan konser dengan mengundang penyanyi, melakukan orasi dengan kerumunan orang di jalan ataupun di tempat umum, kini menjadi sangat berbeda. Pada tahun 2020 kampanye Pilkada yang seharusnya menjadi salah satu momentum pemilihan harus dibatasi ruang geraknya karena masalah pandemi Covid-19. Pihak penyelenggara dalam hal ini Komisi Pemilihan Umum (KPU) mengeluarkan PKPU Nomor 13 Tahun 2020 terkait dengan pelaksanaan Pilkada dalam kondisi Pandemi Covid-19. PKPU tersebut mengatur terkait dengan bentuk kampanye seperti apa yang diperbolehkan di tengah pandemi. Salah satu alternatif yang diatur untuk menghindari kerumunan orang banyak adalah dengan melakukan kampanye secara virtual (*virtual campaign*).

Pemerintah melalui Kementerian Dalam Negeri tetap optimis melaksanakan pilkada serentak meskipun dengan beberapa alasan pendukung sebagai pemacu pertumbuhan ekonomi di daerah. Sebesar 15

triliun total anggaran sudah terserap oleh sebagian pihak meliputi KPU, BAWASLU, dan aparat keamanan yang terkait dengan pilkada. Pasca disahkannya Perppu No 2 Tahun 2020 pemerintah melalui KPU diminta untuk segera merancang regulasi selama masa pilkada guna mengantisipasi penyebaran Covid-19. Revisi dilakukan pada Peraturan KPU Nomor 10/2010 menjadi PKPU Nomor 10 Tahun 2020 yang secara substansi mengatur protokol kesehatan dalam tahapan pilkada, termasuk saat pemilihan.

Salah satu kabupaten yang juga turut melaksanakan Pilkada pada Desember 2020 lalu adalah Kabupaten Luwu Timur yang berada di Provinsi Sulawesi Selatan. Pelaksanaan Pilkada di daerah ini juga menjadi hal yang menarik dan boleh dikatakan akan menjadi cukup panas karena dua pasangan calon yang berkontestasi merupakan petahana dari periode sebelumnya. Kampanye secara virtual sebenarnya bukan merupakan suatu hal yang baru dan asing bagi masyarakat Indonesia, dan masyarakat Luwu Timur khususnya. Pada pemilihan umum di tahun 2019 lalu kampanye-kampanye melalui media sosial bahkan pada tahun 2014 kampanye politik banyak melibatkan media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram.

Pilkada Kabupaten Luwu Timur diikuti oleh dua pasangan kandidat yaitu kandidat pertama Ir. H. Muh. Thoriq Husler yang merupakan bupati petahana yang maju untuk priode kedua. Thoriq Husler dikenal sebagai pemimpin yang sangat toleran dimana disetiap acara keagamaan di Kabupaten Luwu Timur beliau senantiasa untuk hadir. Sementara

pasangannya Dr. H. Budiman Hakim memiliki latar belakang birokrat yang juga merupakan kepala dinas di priode pertama Thoriq Husler. Sementara pasangan nomor urut dua yaitu Irwan Behry Syam merupakan wakil bupati petahana yang maju sebagai kandidat bupati dan berpasangan dengan Andi Rio Pattiwiri Hatta yang berlatar belakang pengusaha serta berstatus sebagai anak kandung dari bupati pertama Kabupaten Luwu Timur dua priode Andi Hatta Marakarna. Hal tersebut tentu menyajikan pertarungan pilkada yang menarik di Kabupaten Luwu Timur.

Pemilihan kepala daerah Luwu Timur diikuti oleh 2 pasangan calon yaitu pasangan No urut 1, Ir.H.Muh.Thoriq Husler bersama Drs.Budiman ,MPd dan pasangan No urut 2 Irwan Bahri Syam.,S.T bersama Andi Rio Muhammad Pattiwiri Hatta. Dimana pada pasangan no urut 1 diusung oleh partai Golkar (7 kursi), PDIP (3 kursi) PAN (4 kursi) ,PKB (1 kursi), PKS (1 kursi), PBB (1kursi),Gerindra (4 kursi), Hanura (3 kursi) dan pada pasangan no urut 2 diusung oleh 2 partai yaitu partai Demokrat (2 kursi) dan Nasdem (4 kursi).

Proses pemutakhiran daftar pemilih juga akan menjelaskan jumlah pemilih pada suatu wilayah akan memberi kontribusi pada pembentukan daerah pemilihan. Pemutakhiran daftar pemilih juga akan membantu tahapan pemilu selanjutnya karena sudah mengalokasikan dan mengorganisir pemilih pada masing-masing Tempat Pemungutan Suara (TPS). Adapun daftar pemilih tetap Kabupaten Luwu Timur Tahun 2020:

Pilkada Kabupaten Luwu Timur dimasa pandemi Covid-19 juga dikhawatirkannya menurunnya minat Pemilih dari masyarakat, dan Ini jelas bertentangan dengan tujuan pelaksanaan Pilkada itu sendiri karena dalam pelaksanaan pilkada ini sendiri selain mencari Pemimpin bagi masyarakat, dibutuhkan suara dan peran serta masyarakat dalam pemilihan itu sendiri. Kalau Pilkada diselenggarakan ditengah pandemi covid-19 kemungkinan masyarakat/pemilu akan enggan untuk mendatangi TPS karena rasa kekhawatiran terhadap virus covid-19 itu sendiri, dan takutkan adanya kecurangan dalam perhitungan atau perolehan suara. Di karenakan banyaknya kekhawatiran Masyarakat yang mengakibatkan Para Pemilih kekurangan minat untuk datang ketempat pemilihan, hal ini dapat menimbulkan kecurangan dalam prolehan suara dimana di takutkan akan meningkatnya masyarakat yang memilih golput sehingga di khawatirkan dapat disalah gunakan hak suara masyarakat yang tidak menggunakan hak suaranya, di tambah lagi Covid-19 ini menyerang berbagai kalangan tanpa terkecuali.

Penggunaan kampanye menggunakan pendekatan virtual atau secara online juga dikhawatirkan dapat mempengaruhi suara kandidat termasuk efektivitas dalam proses penyampaian visi-misi. Masih banyaknya wilayah di Kabupaten Luwu Timur yang tidak tersentuh jaringan telekomunikasi akan menghambat kegiatan kampanye yang akan dilakukan. Belum lagi tidak semua masyarakat memiliki akun media sosial dan mengerti dengan penggunaan teknologi.

Pemerintah telah menetapkan aturan dimana masyarakat harus menggunakan masker dimana saja, juga diharapkan di TPS di sediakan hand sanitizer dan disinfektan pada ruangan tertentu, selain itu pemerintah juga menyediakan TPS lebih banyak dan menambah fasilitas untuk melindungi masyarakat dari Covid-19 seperti contohnya hal-hal di atas agar lebih efektif dalam waktu pelaksanaan dan juga menjaga jarak, serta memperluas area tempat pelaksanaan pemungutan suara, agar masyarakat sendiri tidak saling berdekatan.

Dari pemaparan latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **Strategi Kampanye Politik Dalam Jaringan Bupati Terpilih 2020 di Kabupaten Luwu Timur** dengan mengukur apakah kegiatan kampanye secara daring benar-benar dapat meningkatkan elektabilitas dari kandidat.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang dibangun oleh penulis sesuai dengan latar belakang yang dibuat yaitu sebagai berikut : Bagaimana strategi kampanye dalam jaringan kandidat terpilih pada pilkada 2020 di kabupaten Luwu timur.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut: Untuk mengetahui strategi kampanye dalam jaringan kandidat terpilih pada pilkada 2020 di kabupaten Luwu timur.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis

Manfaat teoritis merupakan manfaat penelitian bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam hal ini mengenai pemilihan kepala daerah. Sehingga manfaat teoritis ini dapat mengembangkan ilmu yang diteliti dari segi teoritis. Teori yang digunakan tentunya berdasarkan peneliti atau penulis sebelumnya sehingga dapat menjadi pembanding dengan penelitian penulis.

2. Secara praktis

Manfaat praktis ini juga dapat diarahkan untuk lebih dari satu subjek. Misalnya manfaat untuk mahasiswa yang mengerjakan topik skripsi serupa, civitas akademika yang melakukan penelitian yang sama, dan lain-lain.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam kajian pustaka ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1.	(Christianto Pontoh, 2015)	Strategi Kampanye Pemenangan Bupati Dan Wakil Bupati Terpilih Pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Minahasa	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan subyek penelitiannya adalah tim pemenangan pasangan kandidat bupati dan wakil bupati kabupaten minahasa, sedangkan obyek penelitiannya adalah rancangan strategi kampanye pemenangan pasangan kandidat. Informan penelitian dipilih secara purposive. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kampanye pemenangan yang di susun oleh tim pemenangan pasangan kandidat bupati dan wakil bupati kabupaten Minahasa Jantje W Sajow dan Ivan Sarundajang terbukti berjalan dengan baik

			dan berhasil memenangkan kandidat yang mereka usung.
2.	(Arista Maya Dewanti, 2021)	Strategi Kampanye Politik Pasangan Calon Bupati Dan Wakil Bupati Gresik Pada Pilkada 2020 Di Masa Pandemi Covid-19	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan di masa pandemi ada tiga model kampanye, yaitu kampanye tatap muka, kampanye virtual dan kampanye silaturahmi. Dalam kampanye tatap muka, pasangan calon pertama menggunakan dua pola, yaitu pertemuan tatap muka tertutup dan pertemuan tatap muka terbuka terbatas. Untuk kampanye virtual, pasangan calon pertama menyelenggarakan dialog virtual dengan komunitas, konser musik virtual, dan memanfaatkan sosial media untuk menyampaikan segala aktivitas pasangan calon. Sedangkan pihak pasangan calon kedua, pada kampanye tatap muka menggunakan pola menyapa masyarakat door to door, untuk kampanye virtualnya memanfaatkan media sosial. Dan pada kampanye silaturahmi, kedua belah pihak pasangan calon satu dan dua sama-sama berkunjung, bersilaturahmi

			dengan tokoh-tokoh masyarakat
3.	(Rachman Sulthon Hidayat, 2021)	Strategi Pemenangan Pasangan Calon Walikota Pada Pilkada Kota Mataram Tahun 2020	Hasil penelitian ini adalah strategi pemenangan pasangan Harum dalam Pilkada Kota Mataram Tahun 2020 yang menunjukkan pengemasan produk, harga, dan pemilihan tempat dalam hal Marketing Politik serta pelaksanaan Kampanye Politik yang dilakukan untuk dapat memenangkan Pilkada Kota Mataram Tahun 2020. Kesimpulannya adalah pasangan Harum dalam strategi Marketing politik dapat menciptakan sebuah produk yang mempunyai harga yang menarik dan dalam mendistribusikannya dengan kampanye Politik dilakukan sangat baik sehingga dapat menjadi pemenang pada Pilkada Kota Mataram tahun 2020.

B. Konsep Strategi

Secara etimologi strategi merupakan sesuatu yang berasal dari kata yang dalam bahasa Yunani, *stratego*. Adapun *stratego* yang merupakan terjemahan yang dapat diartikan sebagai “komandan militer” yang berasal dari zaman demokrasi *Athena*. Pada umumnya istilah strategi digunakan

untuk memenangkan suatu peperangan dalam permasalahan dunia militer yang sebagai cara digunakan untuk memanfaatkan kekuatan militer. Sedangkan terminologi strategi banyak ahli yang telah mengemukakan sudut pandang yang berbeda-beda tentang strategi, namun pada dasar hakikatnya itu mempunyai arti atau makna yang sama yakni pencapaian tujuan secara efektif dan efisien (Hamid, 2015).

Strategi merupakan respon secara terus menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang membuat dampak dalam perkembangan dalam sebuah organisasi. Berbeda dengan pendapat Wedhasmara yang menyatakan bahwa strategi adalah suatu rangkaian dari keputusan atau tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh para jajaran agar sesuatu organisasi dapat mencapai tujuan dari organisasi tersebut (Budio, 2019).

Strategi merupakan tempat sekumpulan dari keputusan manajerial dan merupakan aksi pengambilan keputusan jangka panjang disuatu perusahaan. Hal tersebut meliputi analisis lingkungan eksternal dan internal, formulasi strategi, implementasi strategi, evaluasi dan kontrol (Siwu, 2019).

Strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya. Makna yang terkandung dari strategi ini adalah bahwa para manager memainkan peranan yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi. Dalam lingkungan yang selalu mengalami perubahan, pandangan

ini lebih banyak diterapkan (Budiono, 2019).

Dalam lingkungan organisasi atau perusahaan, strategi memiliki peranan yang sangat penting bagi keberhasilan suatu organisasi karena meliputi tindakan dan koordinasi dalam mencapai tujuan. Adapun menurut (Marwansyah, 2014), strategi mencakup 3 peranan penting yaitu:

- a. Strategi sebagai pendukung untuk pengambilan keputusan Strategi sebagai suatu elemen untuk mencapai kesuksesan, strategi suatu hal yang akan memberikan suatu ikatan hubungan antara hasil-hasil dari ide yang diambil oleh individu atau instansi terkait.
- b. Strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi Strategi memiliki peranan penting sebagai sarana koordinasi dan komunikasi agar untuk memberikan kesamaan arah bagi perusahaan, sehingga tujuan organisasi dapat tercapai.
- c. Strategi sebagai target Konsep strategi akan disatukan dengan suatu visi dan misi untuk menentukan dimana perusahaan berada dalam masa yang akan datang. Menetapkan suatu tujuan dapat membantu seorang individu dapat mendengarkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan bersama.

Setiap organisasi pasti memiliki strategi untuk mencapai suatu tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Tipe strategi yang digunakan dalam suatu organisasi tidaklah sama. Ada beberapa strategi yang digunakan dalam suatu organisasi untuk mencapai suatu tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Menurut (Agusrinal, 2014), tipe - tipe strategi meliputi:

- a. *Corporate Strategy* (Strategi Organisasi) Strategi ini berkaitan dengan perumusan misi, tujuan, nilai - nilai, dan inisiatif - inisiatif strategi yang baru. Pembatasan - pembatasan diperlukan yaitu mengenai apa yang dilakukan dan untuk siapa.
- b. *Program Strategy* (Strategi Program) Strategi ini lebih memberi perhatian pada implikasi - implikasi strategi dari program tertentu. Kira - kira apa dampaknya apabila suatu program tertentu dilancarkan atau diperkenalkan (apa dampaknya bagi sasaran organisasi).
- c. *Resource Support Strategy* (Strategi Pendukung Sumber Daya) Strategi sumber daya ini memusatkan perhatian pada memaksimalkan sumber sumber daya esensial yang tersedia guna meningkatkan kualitas kinerja organisasi. Sumber daya itu dapat berupa tenaga, keuangan, teknologi, dan sebagainya.
- d. *Institutional Strategy* (Strategi Kelembagaan) Fokus dari strategi institusional ialah mengembangkan kemampuan organisasi untuk melaksanakan inisiatif - inisiatif strategi.

Strategi ofensif selalu dibutuhkan misalnya apabila partai ingin meningkatkan jumlah pemilihnya atau apabila pihak eksekutif ingin mengimplementasikan sebuah proyek. Dalam kedua kasus tersebut harus lebih banyak orang yang memiliki pandangan positif terhadap partai atau proyek tersebut, sehingga kampanye tersebut berhasil. Strategi perluasan pasar dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu (Wibowo, 2019):

- a. Dalam Kampanye Pemilu, strategi perluasan pasar yang ofensif

bertujuan untuk membentuk kelompok pemilih baru disamping para pemilih yang telah ada. Oleh karena itu harus ada penawaran baru atau penawaran yang lebih baik bagi para pemilih yang selama ini memilih partai pesaing. Jadi yang dibahas disini adalah strategi persaingan yang faktual, dimana berbagai partai bertarung untuk kelompok pemilih dalam sebuah kompetisi. Strategi semacam ini perlu dipersiapkan melalui sebuah kampanye pengantar untuk menjelaskan kepada publik tentang penawaran mana saja yang lebih baik dibandingkan dengan partai-partai lainnya. Bagi partai sendiri harus ada persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi dan dipertimbangkan diantaranya harus ada pernyataan bahwa partai berorientasi program yang baru yang bersifat melengkapi, bersamaan dengan ditampilkannya program baru maka partai juga ikut berubah, program-program yang ada harus dipasangkan dengan individu-individu yang menunjukkan keselarasan antara program dan individu dan program atau tema baru tidak dapat muncul secara tiba-tiba.

- b. Dalam Implementasi politik Dalam kasus ini, produk baru yang ditawarkan yaitu politik baru atau lebih tepatnya keuntungan yang dihasilkan politik baru tersebut, perlu diiklankan. disini pihak eksekutif seringkali salah bertindak karena produk dan keuntungan yang ditawarkannya tidak dirumuskan secara jelas, sehingga tidak dapat dimengerti oleh warga. Sebelum pelaksanaan, perlu dilakukan pekerjaan kehumasan yang cukup karena apabila hal ini tidak

dilakukan proyek tersebut sewaktu-waktu dapat didiskriminasikan. Produk atau politik yang sejak lama sudah ada di pasaran dan belum berhasil diimplementasikan secara sukses, atau bahkan gagal mengarah kepada perluasan pasar jika tetap menggunakan namanya yang lama, produk atau politik semacam ini membutuhkan nama yang baru, deskripsi baru dari keuntungan yang ditawarkan dan apabila diinginkan juga sebuah kemasan baru yang dihubungkan dengan individu-individu baru. Pertentangan internal perlu diatasi, sedapat mungkin sebelum dilakukan kampanye terbuka atas produk atau politik tersebut.

Dalam rangka memenangkan kandidat saat proses pemilu berlangsung maka sangat dibutuhkan langkah strategis demi tercapainya kemenangan yang sesuai dengan harapan dan targetan. Merumuskan suatu strategi berarti memperhitungkan semua situasi yang mungkin dihadapi pada setiap waktu atau menyiapkan tindakan mana yang akan diambil atau dipilih nantinya, guna menghadapi realisasi dari setiap kemungkinan yang terjadi.

C. Konsep Kampanye Politik Secara Daring

Kampanye adalah suatu kegiatan yang memiliki tujuan-tujuan praktis yang mengejar perubahan sosial publik dan semua aktifitas kampanye memiliki dampak untuk mempengaruhi dengan mengharapkan komunikasi dua arah. Pembuat keputusanpun mempunyai dua pilihan, yaitu: pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung yakni melalui saluran media tertentu

yang membentuk pendapat umum lalu memberikan dukungan terhadap kegiatan kampanye tersebut (Handono, 2017).

Dalam dunia ilmu pengetahuan, kampanye dikenal dengan berbagai macam istilah. Di bidang pertanian, perikanan, kehutanan, dan kesehatan masyarakat, kampanye dikenal dengan istilah penyuluhan, dibidang sosiologi atau aktivitas kemasyarakatan dikenal dengan istilah sosialisasi atau memasyarakatkan, sedangkan dalam studi komunikasi lebih banyak dikenal dengan nama kampanye atau penyebaran informasi atau ide.

Pesan kampanye merupakan suatu hal yang akan membawa sasaran mengikuti apa yang diinginkan dari program kampanye, yang pada akhirnya akan sampai pada pencapaian tujuan kampanye. Agar hasil yang dicapai sesuai dengan yang diharapkan maka pesan harus disusun berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan. Pesan juga harus mengandung hal-hal persuasi dan kreatif agar masyarakat tertarik mengikuti kampanye (Dhari, 2019).

Kampanye pada dasarnya adalah penyampaian pesan-pesan dari pengirim kepada khalayak. Pesan-pesan tersebut dapat disampaikan dalam berbagai bentuk mulai dari poster, spanduk, baliho (bilboard), pidato, diskusi, iklan, hingga selebaran. Adapun bentuknya, pesan-pesan selalu menggunakan simbol, baik *verbal* maupun *non verbal*, yang diharapkan dapat memancing respons khalayak (Nur, 2019).

Integritas suatu pesan itu sendiri akan dipengaruhi oleh semua hal yang menjadi penentu bahwa pesan itu ditanggapi secara baik atau tidak dilihat dari (Handono, 2017):

1. *Format*. Pesan harus disampaikan menggunakan kata-kata yang tepat, bahkan jenis huruf yang detail dan terperinci, sedangkan pesan yang serius menggunakan huruf serif. Mungkin juga menggunakan bantuan visual yang tepat untuk pesan kampanye tersebut.
2. *Tone* (Nuansa). Pesan harus memberikan perhatian khusus terhadap suasana hati, yaitu suasana atau gaya yang ingin digambarkan yang tersirat dalam pesan tersebut.
3. Konteks dalam pesan itu pun juga penting dalam mengundang tanggapan dari para audiens.
4. Waktu. Pesan yang hendak kita sampaikan hendaknya bersifat baru karena jika informasi tersebut sudah berlalu akan sia-sia.
5. Pengulangan. Hal ini membuat informasi lebih mudah diterima dan dicerna. Namun, hindari pengulangan yang membuat pesan tersebut menjadi tidak bernilai lagi.

Pengertian kampanye berdasarkan Undang - Undang Nomor 1 Tahun 2015 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah pada pasal 1 angka 26 adalah kegiatan Peserta Pemilu untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi, dan program Peserta Pemilu.

Kampanye politik di Indonesia sering diartikan sebagai pawai motor, pertunjukan hiburan oleh para artis, pidato berapi-api dari para juru kampanye penuh propoganda, agitasi, caci maki, dan ledakan-ledakan sinis yang menyinggung kontestan lain. Dengan cara cara seperti itu maka

pengertian kampanye sudah banyak disalahartikan karena realitas lapangan seringkali tidak sesuai dengan tujuan kampanye (Fatimah, 2018).

Kampanye politik dalam praktiknya tidak sedikit mendapatkan sebuah kegagalan, namun disisi lain ada juga yang berhasil karena adanya sebuah strategi kampanye yang dirancang dengan baik. oleh seorang ahli yang berperan sebagai spin doctor. Peranan spin doctor tidak hanya berdiri antara partai politik dengan media, tetapi juga memiliki peran yang sangat penting dan menentukan dalam kancah pertarungan kekuasaan politik.

Spin Doctor adalah merencanakan dan mengelola kampanye, maka salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk menciptakan kampanye yang efektif adalah memilih orang yang bisa menguasai dan memahami perencanaan dan penggunaan media komunikasi. Untuk sebuah tujuan akhir yaitu kemenangan maka diperlukan strategi komunikasi dalam konteks kampanye politik. Cangara mengemukakan bahwa terdapat empat jenis strategi dalam konteks kampanye politik yaitu (Cangara, 2009):

1. Penetapan komunikator sebagai pelaku utama dalam aktivitas komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting. untuk itu, seorang komunikator yang akan bertindak sebagai juru kampanye harus terampil berkomunikasi, kaya ide, serta penuh dengan daya kreativitas.
2. Menetapkan target sasaran Dalam studi komunikasi target sasaran disebut juga dengan khalayak. Memahami masyarakat, terutama yang akan menjadi target sasaran dalam kampanye, merupakan hal yang

sangat penting. Sebab semua aktivitas komunikasi kampanye diarahkan kepada mereka. Mereka lah yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu kampanye sebab sebagaimana pun besar biaya, waktu dan tenaga yang dikeluarkan untuk mempengaruhi mereka, namun jika mereka tidak mau memberi suara kepada partai atau calon yang diperkenalkan kampanye akan sia-sia.

3. Menyusun pesan-pesan kampanye Untuk mengelola dan menyusun pesan yang mengena dan perlu efektif, penyampaian pesan terdiri dari 3 jenis yaitu pesan yang berbentuk informatif, pesan yang berbentuk persuasif serta propaganda.
4. Pemilihan media Jenis-jenis media yang dapat digunakan dalam kampanye politik meliputi media cetak, media elektronik, media luar ruangan, media ruang kecil dan saluran tatap muka langsung dengan masyarakat.

Kampanye politik adalah cara yang digunakan para warga negara dalam demokrasi untuk menentukan siapa yang akan memerintah mereka. Politik adalah Praktik atau pekerjaan menjalankan urusan politik, yaitu melaksanakan atau mencari kekuasaan dalam urusan pemerintahan. Kampanye politik adalah suatu usaha yang terkelola, terorganisir untuk mengikhtiarkan orang dicalonkan, dipilih, atau dipilih kembali dalam suatu jabatan resmi, Arnold Steinberg dalam (Efriza, 2012).

Kampanye politik juga dapat dikatakan periode yang diberikan oleh panitia pemilu kepada semua kontestan baik kepada individu, parpol,

maupun kepada perseorangan, untuk memaparkan program-program kerja dan mempengaruhi opini publik sekaligus memobilisasi masyarakat agar memberikan suara kepada mereka sewaktu pencoblosan (Fatimah, 2018b).

Macam-macam kampanye banyak sekali jenisnya. Dilihat dari isinya dibagi menjadi 4 macam, yaitu (Amalia Untami & Rahman, 2016):

1. Kampanye Positif adalah kampanye yang lebih cenderung mengenalkan calon pemimpin atau presiden secara pribadi, program kerja dan visi misinya. Bentuk kampanye ini bisa berupa slogan, baliho, iklan televisi, dialog, wawancara ataupun debat. Kampanye inilah yang harus dilakukan oleh para calon. Kenyataannya baik calon, tim ataupun pendukung dari calon pemimpin sangat jarang membahas ini, justru yang lebih dilakukan adalah mengkampanyekan kekurangan lawan.
2. Kampanye Negatif cenderung menyerang calon pemimpin secara pribadi, walaupun demikian, kampanye negatif ini juga bisa menyerang program kerja dari visi misi lawan politiknya. Dalam islam kampanye politik ini disebut juga ghibah yang artinya membicarakan kejelekan orang lain. Kampanye ini walaupun konotasinya jelek, namun sering dipakai agar pemilih berhati-hati dengan lawan politiknya dengan kekurangan yang ada pihak lawan politik. Kadang kampanye negatif ini didasari dengan data dan fakta namun di opinikan dengan cara negatif.

3. Kampanye abu-abu adalah kampanye yang menjelekan pihak lawan namun data dan faktanya masih abu-abu. Benar atau salahnya belum bisa dibuktikan. Cuma dikesankan bahwa pihak lawan politik adalah salah.
4. Kampanye Hitam adalah kampanye yang mengarah ke pembunuhan karakter dan cenderung fitnah. Isinya fitnah, kebohongan dan tuduhan tanpa bukti. Kampanye jenis inilah yang bisa dijerat hukuman, minimal dapat sanksi dari Komisi Pemilihan Umum jika tim capres melakukan kampanye ini.

Menjadi permasalahan pada Pemilihan Kepala Daerah 2020 karena diselenggarakan di tengah pandemi Covid-19 dimana pemerintah mengharuskan untuk melaksanakan *social distancing* dan *physical distancing*. Sementara itu, penyelenggaraan Pilkada syarat akan pengumpulan massa, yaitu dari mulai tahapan aktivitas penyusunan daftar pemilih, pencocokan data pemilih, penetapan bakal pasangan calon, tahapan kampanye, sampai dengan pemungutan suara. Hal ini juga berimplikasi dengan peserta pasangan calon untuk melakukan kampanye yang identik dengan mobilisasi politik agar mendapatkan dukungan pemilih untuk mendapatkan suara terbanyak (Supriyadi, 2020).

Berdasarkan peraturan KPU Nomor 13 Tahun 2020, tentang pelaksanaan pilkada dalam kondisi bencana nonalam covid-19 pasal 63 dijelaskan, kegiatan lain yang tidak melanggar larangan kampanye dan ketentuan peraturan perundang-undangan sebagaimana dimaksud dalam

pasal 57 huruf G dilaksanakan dalam bentuk kampanye melalui media sosial dan media daring (Prawitasari & Erowati, 2021).

Pasal 88C ayat berbunyi, partai politik atau gabungan partai politik, pasangan calon, tim kampanye, dan, atau pihak lain dilarang melaksanakan kegiatan lain sebagaimana dimaksud dalam pasal 57 huruf G dalam bentuk: rapat umum, kegiatan kebudayaan berupa pentas seni, panen raya, dan, atau konser musik, kegiatan olahraga berupa gerak jalan santai, atau sepeda santai, perlombaan, kegiatan sosial berupa bazar atau donor darah, dan peringatan hari ulang tahun partai politik. Dalam PKPU itu juga mengatur sanksi pelanggaran protokol kesehatan Pilkada mulai sanksi teguran dan peringatan tertulis, pembubaran kegiatan, dan rekomendasi bawaslu pada kepolisian sesuai perundang-undangan.

Dalam pelaksanaan kampanye politik pada pelaksanaan pilkada tahun 2020 memprioritaskan pelaksanaan melalui media internet. Sekarang ini media baru dimaknai sebagai sebutan yang melindungi penjelasan mengenai kondisi teknologi digital dan juga internet baru, dan juga efek terhadap budaya disekitar. Terkadang dikaitkan dengan istilah revolusi digital, maka media baru dapat digunakan untuk menjelaskan kemunculan media yang bersifat digital, terkomputerisasi serta berjaringan sebagai efek dari semakin berkembangnya teknologi informasi dan juga komunikasi.

Media baru memungkinkan para penggunanya untuk mengakses berbagai konten media kapan saja, dimana saja dengan menggunakan berbagai alat elektronik. Media baru memiliki sifat interaktif dan bebas.

Interaktif disini yang dimaksud adalah penikmat media baru dapat saling berkomunikasi secara langsung dengan isi media yang mereka konsumsi, secara aktif dapat memilih konten media dan memberikan respon terhadap konten media tersebut secara langsung (Dewanti, 2020).

Internet bahkan memiliki potensi untuk meningkatkan partisipasi dalam jumlah yang besar dalam masyarakat demokratis. Dengan kemudahan yang dimiliki internet, setiap warga negara bisa dengan mudah terlibat aktif dalam partisipasi politik, misalnya mengirim email ke seorang politikus atau mendatangi petisi online, dengan harapan bahwa pesan politik mereka akan sampai untuk bisa mengubah keputusan yang berkaitan dengan kebijakan public. Hal inilah yang tak bisa dilakukan oleh media elektronik lainnya (Moita, 2020).

Melihat berbagai pengertian kampanye politik secara daring dapat disimpulkan bahwa yang di maksud dengan kampanye bukan tentang politik saja melainkan hal yang berhubungan dengan tujuan yang ingin mendapatkan dukungan dari masyarakat. Kampanye politik juga merupakan bagian dari sebuah komunikasi politik, yang mana tujuan dari komunikasi politik adalah untuk lebih dekat dengan masyarakat sehingga dengan adanya komunikasi politik masyarakat akan lebih mudah mengenal calon pemimpin mereka. Dengan demikian, kampanye dilakukan untuk menarik perhatian dari masyarakat agar mereka mengenal calon dan diharapkan memunculkan sebuah rasa simpati, suka, kepedulian serta keberpihakan masyarakat pada isu yang menjadi tema kampanye calon tersebut. Jadi yang dimaksud

dengan kampanye politik adalah suatu instrumen yang sah yang dilakukan oleh sebuah partai politik atau individu-individu untuk menjelaskan tujuan kepada masyarakat, mengenai program-program yang ditawarkan oleh partai politik itu.

D. Konsep Elektabilitas

Elektabilitas merupakan kata serapan dari bahasa Inggris, diturunkan dari kata *elect* (memilih). Bentuk-bentuk turunan dari kata *elect* antara lain *election*, *electable*, *elected*, *elective*, *elective*, *electability* dan lain sebagainya. Elektabilitas dalam pemaknaan politik adalah tingkat keterpilihan suatu partai atau kandidat yang terkait dengan proses pemilihan umum (pemilu).

Elektabilitas adalah tingkat keterpilihan yang disesuaikan dengan kriteria pilihan. Elektabilitas bisa diterapkan kepada barang, jasa maupun orang, badan atau partai. Elektabilitas sering dibicarakan menjelang pemilihan umum. Elektabilitas partai politik berarti tingkat keterpilihan partai politik di publik. Elektabilitas partai tinggi berarti partai tersebut memiliki daya pilih yang tinggi. Untuk meningkatkan elektabilitas maka objek elektabilitas harus memenuhi kriteria keterpilihan dan juga populer. Sedangkan popularitas adalah tingkat keterkenalan di mata public. Meskipun populer belum tentu layak dipilih. Sebaliknya meskipun punya elektabilitas sehingga layak dipilih tapi karena tidak diketahui publik, maka rakyat tidak memilih (Handayani, 2015).

Dalam masyarakat yang belum berkembang, kecocokan profesi tidak menjadi persoalan. Tidak semua kampanye berhasil meningkatkan

elektabilitas. Ada kampanye yang menyentuh, ada kampanye yang tidak menyentuh kepentingan rakyat. Sementara itu ada kampanye yang berkedok sebagai survei, dengan tujuan untuk mempengaruhi orang yang sulit membuat keputusan dan sekaligus mematahkan semangat lawan (Handayani, 2015).

Elektabilitas dijadikan tolok ukur utama suatu keberhasilan, orang atau instansi yang berkualitas tetapi tidak berada dalam lingkaran kekuasaan pun menjadi tersisih. Sebaliknya, mereka yang berada dalam posisi pusat perhatian akan menjadi rebutan. Kondisi ini disuburkan oleh kondisi dan karakteristik masyarakat Indonesia yang sebagian besar belum sadar politik dan berpendidikan rendah serta rendahnya partisipasi politik masyarakat. Ada beberapa indikator utama yang membuat seorang figur dikatakan populer, antara lain, sedang menduduki posisi strategis, sering muncul di berbagai media massa, dan citranya positif dengan karakter dan sikap yang kuat (Wibowo, 2018).

Citra yang baik dengan sendirinya akan meningkatkan popularitas dan elektabilitas kandidat atau sebuah partai politik, begitupun sebaliknya. Penelitian yang dilakukan Sondakh menghasilkan temuan diantaranya bahwa popularitas merupakan faktor penting yang mempengaruhi elektabilitas kandidat yang belum populer. Akan tetapi, pada kandidat yang telah populer, kompetensi menjadi variabel yang memiliki kontribusi besar yang mempengaruhi elektabilitas kandidat (Ahmad, 2012)

Pemerintah atau institusi yang berelektabilitas, dengan sendirinya diterima dan didukung oleh mayoritas rakyat, karena mereka mengenal tokohnya secara perseorangan dan mempercayainya secara keseluruhan, bahwa nilai dan kepentingan mereka akan terlindungi serta terpenuhi. Pemerintah dipercaya mampu secara politis dan teknis untuk menangani masalah. Maka, pemerintah menjadi kuat dan berwibawa. Kuat, berarti punya dukungan luas. Berwibawa, berarti diikuti rakyat keputusan atau kebijaksanaannya (Widyanto, 2014).

Daya pilih politik yang tinggi disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang dalam memilih. Proses pengambilan keputusan dalam memilih dapat diperkirakan diukur dengan tolak ukur tradisional yang meliputi tiga aspek yaitu (Ahmad, 2012):

1. identitas partai
2. isu-isu seputar partai,
3. kepribadian, gaya hidup, dan performa partai. Arti lain untuk meningkatkan elektabilitas, maka objek harus memenuhi kriteria keterpilihan yaitu dan populer, menarik, dan juga dibutuhkan oleh masyarakat.

Elektabilitas seorang figur dapat ditingkatkan melalui kegiatan kampanye politik. Namun perlu dicatat bahwa tidak semua kampanye politik bertujuan untuk meningkatkan elektabilitas seorang figur, ada juga kampanye yang bertujuan untuk menjatuhkan figur lain yang menjadi lawan politik.

Pada umumnya untuk meningkatkan elektabilitas sebuah objek barang, jasa, orang, lembaga maka objek tersebut harus populer dan memenuhi kriteria keterpilihan, misalnya (Ahmad, 2012):

1. Dikenal baik oleh masyarakat luas.
2. Terbukti memiliki kinerja yang baik.
3. Memiliki prestasi di bidang tertentu.
4. Memiliki rekam jejak yang positif di bidangnya.

Ada beberapa usulan langkah yang bisa dilakukan untuk menaikkan elektabilitas (Ahmad, 2012):

1. membangun koalisi yang kompak, kuat dan satu suara. Perbedaan suara dalam satu koalisi akan menjadi celah kerawanan yang bisa mengurangi elektabilitas calon yang diusung dan partai politik.
2. meyakinkan kepada para pendukung, loyalis, dan masyarakat akan keteguhan tekad dan kemantapan dalam mengikuti pemilu. Cara meyakinkan ini juga harus logis, dengan menyertakan koalisi partai yang memenuhi syarat untuk maju dalam Pemilu. Selain itu untuk menguatkan langkah ini, calon dan tim suksesnya harus menyampaikan program kerja unggulan guna menandingi program kerja lawan politiknya.
3. menunjukkan bahwa kapabilitas yang dimilikinya lebih bagus dari lawan politik yang sudah ada. Kandidat dan tim sukses juga harus meyakinkan masyarakat bahwa sumber daya yang dimilikinya mampu untuk menggerakkan mesin politik dalam pemilu.

Sebagai kesimpulan dari seluruh pengertian elektabilitas yang telah dikemukakan maka dapat dilihat kata elektabilitas sangat sering digunakan dalam kaitannya dengan bidang politik. Jika diterapkan pada bidang politik, misalnya partai politik, maka arti elektabilitas adalah tingkat keterpilihan suatu partai politik di masyarakat umum.

E. Konsep Pemilihan Kepala Daerah

Praktik penyelenggaraan pemerintahan lokal di Indonesia telah mengalami kemajuan sejak masa reformasi, ini dapat dilihat dari diberlakukannya undang-undang No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah. Dengan diberlakukannya undang-undang ini, hubungan antara pemerintah pusat dan daerah menjadi lebih desentralistik, dalam arti sebagian besar wewenang dibidang pemerintahan diserahkan kepada daerah.

Namun demikian disisi lain, undang-undang ini dalam pelaksanaannya juga telah menimbulkan dampak negatif, antara lain timbulnya kepala daerah sebagai raja-raja kecil di daerah karena luasnya wewenang yang dimiliki, tidak jelasnya hubungan hierarkis dengan pemerintahan di atasnya, tumbuhnya peluang korupsi, kolusi dan nepotisme (KKN) di daerah-daerah akibat wewenang yang luas dalam pengelolaan kekayaan dan keuangan daerah serta *money politic* yang terjadi dalam pemilihan kepala daerah (H. Hamid, 2018).

Pelaksanaan Pilkada Langsung merupakan sebuah peningkatan demokrasi ditingkat lokal, dengan adanya demokrasi dalam sebuah negara, berarti dalam Negara tersebut menjalankan demokrasi yang menjunjung

tinggi aspirasi, kepentingan dan suara rakyatnya. Menurut mengatakan bahwa sistem pemilihan secara langsung merupakan alternatif yang paling realistis guna mendekatkan aspirasi demokrasi rakyat dengan kekuasaan pemerintah dan pada saat yang sama memberikan basis legitimasi politik kepada pejabat eksekutif yang terpilih (Sutrisno, 2017).

Pemilihan umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah (Pemilukada) merupakan instrumen yang sangat penting dalam penyelenggaraan Pemerintahan Daerah berdasarkan prinsip demokrasi di daerah, karena di sinilah wujud bahwa rakyat sebagai pemegang kedaulatan menentukan kebijakan kenegaraan. Mengandung arti bahwa kekuasaan tertinggi untuk mengatur pemerintahan Negara ada pada rakyat. Melalui Pemilukada, rakyat dapat memilih siapa yang menjadi pemimpin dan wakilnya dalam proses penyaluran aspirasi, yang selanjutnya menentukan arah masa depan sebuah Negara (Amruddin, 2020).

Berlakunya Undang - Undang Nomor 8 Tahun 2015 Tentang Perubahan 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, maka pemilihan kepala daerah dilakukan secara langsung oleh rakyat dengan melakukan perbaikan mendasar atas berbagai permasalahan pemilihan langsung yang selama ini telah dijalankan. Demokrasi langsung melalui pemilihan kepala daerah akan membuka ruang partisipasi yang lebih luas bagi warga dalam proses

demokrasi dan menentukan kepemimpinan politik di tingkat lokal dibandingkan sistem demokrasi perwakilan yang lebih banyak meletakkan kuasa untuk menentukan rekrutmen calon ditangan segelintir orang di Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (Suharizal, 2012).

Pengambilan keputusan oleh rakyat yang berdaulat tidak langsung dilakukan lembaga perwakilan rakyat. Sistem perwakilan merupakan cara untuk mewujudkan kedaulatan rakyat secara tidak langsung. Dengan demikian, kepentingan rakyat diharap dapat didengarkan dan turut menentukan proses penentuan kebijakan kenegaraan, baik yang dituangkan dalam bentuk Undang-Undang maupun dalam bentuk pengawasan terhadap kinerja pemerintahan dan upaya-upaya lain yang berkaitan dengan kepentingan rakyat (Seran, 2019).

Salah satu indikator pilkada langsung yang berkualitas adalah pilkada yang membuka akses bagi setiap warga negara. Prinsip keterbukaan itu dikenal dengan *universal suffrage* atau hak pilih universal. Akses yang terbuka berarti bahwa hak pilih benar-benar bersifat universal dan seluruh warga memiliki hak pilih. Bukanlah suatu kontradiksi bahwa di Negara demokrasi hak untuk secara teratur memilih diatur syarat-syarat minimal yang harus dipenuhi misalnya, usia, minimal, sehat jasmani dan rohani.

Pendaftaran pemilih merupakan tahapan kegiatan pertama penegakan *universal suffrage* dalam rangkaian kegiatan pilkada langsung. Dilihat dari tujuannya, pendaftaran pemilihan merupakan salah satu kunci keberhasilan pilkada langsung. Tahun 2018 menjadi kontestasi model pemilihan kepala

daerah yang baru. Hal yang menarik dalam pegelaran pemilihan kepala daerah tahun 2018 adalah dengan memilih kepala daerah secara serentak di seluruh pelosok tanah air Indonesia (Kumolo, 2015).

Pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah secara langsung merupakan instrumen yang sangat penting dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah dengan model otonomi daerah berdasarkan prinsip demokrasi, karena disinilah wujud bahwa rakyat sebagai pemegang kedaulatan menentukan kebijakan kenegaraan. Hal tersebut mengandung arti bahwa kekuasaan tertinggi untuk mengatur pemerintahan negara ada pada rakyat. Melalui pemilihan kepala daerah, rakyat dapat memilih siapa yang menjadi pemimpin dan menjadi wakil dalam proses penyaluran aspirasi, yang selanjutnya menentukan arah masa depan sebuah negara (Kumolo, 2015).

Dalam pasal 1 Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2016 Tentang Tahapan, Program, Dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati Dan Wakil Bupati, Dan/Atau Walikota dan Wakil Walikota Tahun 2017 menjelaskan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Walikota dan Wakil Walikota, selanjutnya disebut Pemilihan, adalah pelaksanaan kedaulatan rakyat di wilayah provinsi dan kabupaten/kota untuk memilih Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Walikota dan Wakil Walikota secara langsung dan demokratis.

Sistem pemilu adalah seperangkat metode yang mengatur warga negara untuk memilih para wakilnya yang akan duduk di lembaga legislatif dan eksekutif. Sistem pemilihan ini penting dalam suatu sistem pemerintahan demokrasi perwakilan, sebab (Kumolo, 2015) :

1. Sistem pemilihan mempunyai konsekuensi pada tingkat proporsionalitas hasil pemilihan.
2. Sistem pemilihan memengaruhi bentuk kabinet yang akan dibentuk
3. Sistem pemilihan membentuk sistem kepartaian, khusus berkaitan dengan jumlah partai politik yang ada di dalam sistem kepartaian tersebut
4. Sistem pemerintahan memengaruhi akuntabilitas pemerintahan, khususnya akuntabilitas para wakil terhadap pemilihnya
5. Sistem pemilu mempunyai dampak pada tingkat kohesi partai politik
6. Sistem pemilihan berpengaruh terhadap bentuk dan tingkat partisipasi politik warga
7. Sistem pemilihan adalah elemen demokrasi yang lebih mudah untuk dimanipulasi dibandingkan dengan elemen demokrasi lainnya, oleh karena itu, jika suatu negara bermaksud mengubah tampilan atau wajah demokrasinya. Hal itu dapat dilakukan dengan mudah melalui perubahan sistem pemilunya
8. Sistem pemilihan juga dapat dimanipulasi melalui berbagai peraturan yang tidak demokratis dalam tingkat pelaksanaannya.

Pemaparan tentang pemilihan kepala daerah secara langsung merupakan sebuah bentuk memberikan kebebasan kepada masyarakat yang berada di daerah untuk menentukan sendiri pemimpin daerahnya.

F. Bagan Kerangka Pikir

Pilkada serentak tahun 2020 mengalami berbagai macam persoalan termasuk dalam rangka pelaksanaan kampanye yang bertentangan dengan regulasi penanganan Covid-19. Untuk itu berbagai macam regulasi dilakukan untuk mengatur pelaksanaan kampanye di tengah pandemi Covid-19 salah satunya pelaksanaan kampanye secara daring dimana penggunaan media teknologi menjadi sasaran utama dalam kampanye model ini, tentu tim pemengangan dalam melaksanakan kampanye memerlukan strategi khusus.

Pilkada Luwu Timur tahun 2020 tidak terlepas dari pelaksanaan kampanye yang terlebih dahulu menetapkan: penetapan komunikator, menetapkan target sasaran, menyusun pesan-pesan kampanye dan pemilihan media-media yang selektif yang kemudian memberikan pengaruh terhadap peningkatan elektabilitas kandidat melalui pengukuran popularitas dan kompetensi.

Untuk itu dalam melihat strategi pelaksanaan kampanye politik dalam jaringan bupati terpilih 2020 di kabupaten Luwu Timur dimuat dalam bagan kerangka pikir sebagai berikut:

Bagan Kerangka Pikir



G. Fokus Penelitian

Berdasarkan bagan kerangka pikir yang telah dirumuskan maka yang menjadi fokus penelitian terkait Strategi Kampanye Politik Dalam Jaringan Bupati Terpilih 2020 di Kabupaten Luwu Timur yaitu: penetapan komunikaot, menetapkan target dan sasaran, menyusun pesan serta pemilihan media.

H. Deskripsi Objek Penelitian

Adapun penjelasan indikator dari setiap idnikator dipaparkan sebagai berikut:

1. Penetapan Komunikator adalah penentuan seseorang dalam tim pemenangan kandidat yang dianggap cakap dalam menyampaikan visi-misi serta program kandidat dalam perhelatan Pilkada Luwu Timur Tahun 2020 menggunakan pendekatan media dalam jaringan.
2. Menetapkan target dan sasaran adalah strategi dalam memilih khalayak sebagai sasaran kampanye dalam jaringan, melalui penetapan segmen-segmen yaitu pemilih pemula, pemilih dan pemilih lansia sesuai dengan materi kampanye.
3. Menyusun pesan adalah strategi dalam menyusun informasi sesuai dengan segmen-segmen pemilih yang di paparkan sehingga dapat menarik simpati pemilih dalam menentukan pilihan pada pilkada Kabupaten Luwu Timur 2020 melalui kampanye virtual.
4. Pemilihan media adalah strategi penggunaan media dalam menyampaikan visi-misi dan program kandidat yang dibutuhkan oleh pemilih berdasarkan segmen-segmennya, baik itu melalui media sosial, media elektronik dan media cetak.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Adapun waktu dalam penelitian ini adalah dilakukan setelah seminar proposal dan lokasi penelitian bertempat di Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur tentang Strategi Kampanye Politik Dalam Jaringan Bupati Terpilih 2020 di Kabupaten Luwu Timur. Adapun alasan memilih obyek lokasi penelitian tersebut karena merupakan sekretariat pemenangan bupati terpilih dan sekretariat seluruh partai politik.

B. Jenis dan Tipe Penelitian

Jenis dan tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian tentang Strategi Kampanye Politik Dalam Jaringan Bupati Terpilih 2020 di Kabupaten Luwu Timur adalah :

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, adalah penelitian untuk menjawab sebuah permasalahan secara mendalam dalam konteks waktu dan situasi yang bersangkutan, dilakukan secara wajar dan alami sesuai dengan kondisi objektif dilapangan. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta dilapangan (Sugiyono, 2017). Proses penelitian yang dimaksud antara lain melakukan pengamatan terhadap narasumber, berinteraksi dengan mereka dan berupaya dalam memahami bahasa dan tafsiran mereka. Untuk itu peneliti harus terjun dalam lapangan dalam waktu yang cukup lama.

2. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe pendekatan deskriptif adalah prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek dalam penelitian dapat berupa orang, lembaga, masyarakat dan yang lainnya yang pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau apa adanya, dimana data dapat diperoleh dari semua pihak yang bersangkutan, baik melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang diperoleh dari berbagai cara itu hakikatnya untuk saling melengkapi. Ada kalanya data yang diperoleh dari wawancara belum lengkap, sehingga harus dicari lewat cara lain, seperti observasi, dan dokumentasi.

C. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini di jaring dari sumber data primer dan sekunder sesuai dengan tujuan penelitian ini.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan berupa hasil wawancara dengan beberapa pihak atau informan yang benar-benar berkompeten dan bersedia memberikan data dan informasi yang dibutuhkan dengan kebutuhan penelitian. Salah satunya kandidat dan tim pemenangan yang terkait dalam penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari bacaan ataupun kajian pustaka, buku-buku atau literatur yang terkait dengan permasalahan yang

sedang diteliti, internet, dokumen dan laporan yang bersumber dari lembaga terkait dengan kebutuhan data dalam penelitian.

D. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah narasumber atau orang yang dimintai keterangan berkaitan dengan penelitian yang dilaksanakan. Informan penelitian ini dipilih berdasarkan metode *purposive sampling* dimana metode tersebut merupakan salah satu teknik nonprobability sampling yang paling banyak digunakan dalam penelitian kualitatif. Metode tersebut adalah mengambil sampel yang dapat mewakili perspektif lebih luas dari kriteria, yang sudah ditetapkan sebelumnya dari orang-orang yang mengetahui pokok permasalahan penelitian. Dimana informan ini diharapkan memberikan data secara obyektif, netral dan dapat dipertanggungjawabkan. Adapun informan dari penelitian terkait Strategi Kampanye Politik Dalam Jaringan Bupati Terpilih 2020 di Kabupaten Luwu Timur adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Informan Penelitian

No.	Informan	Jabatan
1.	Drs. H. Budiman, M.Pd	Bupati Luwu Timur Terpilih
2.	Mahading, S.Sos	Ketua Tim Pemenangan Pasangan Husler-Budiman
3.	Arifin, S.Ag	Ketua Partai Golongan Karya (Golkar) Luwu Timur
4.	Ober Datte	Pengurus partai Demokrasi Indonesia perjuangan (PDIP) Luwu Timur
5.	Usman Sadik, S.Sos	Ketua Partai Amanat Nasional (PAN) Luwu Timur
6.	Dondi	Pemilih Pemula
7.	Yusuf Maindo	Pemilih
8.	H. Syamsu	Pemilih Lansia

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, serta instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan lebih mudah. Teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku obyek sasaran. Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan langsung yang berkaitan dengan Strategi Kampanye Politik Dalam Jaringan Bupati Terpilih 2020 di Kabupaten Luwu Timur.

2. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung (berkomunikasi langsung) dengan responden sesuai dengan jenis data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Dalam berwawancara terdapat proses interaksi antara pewawancara dengan responden.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi ini dipergunakan untuk melengkapi teknik observasi dan wawancara sekaligus menambah keakuratan, kebenaran data

atau informasi yang dikumpulkan dari bahan-bahan dokumentasi yang ada dilapangan serta dapat dijadikan bahan dalam pengecekan keabsahan data.

4. Studi Pustaka

Merupakan metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data Lexy dalam (Sugiyono, 2017). Teknik analisis ini pada dasarnya terdiri dari tiga komponen : 1). Reduksi data (*data reduction*), 2). Penyajian data (*data display*), 3). Penarikan serta pengujian kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*).

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Langkah reduksi data melibatkan beberapa tahap. Tahap *pertama*, melibatkan langkah-langkah editing, pengelompokan, dan meringkas data. Pada tahap *kedua*, peneliti menyusun kode-kode dan catatan-catatan mengenai berbagai hal, termasuk yang berkenaan dengan aktifitas serta

proses-proses sehingga peneliti dapat menemukan tema-tema, kelompok-kelompok, dan pola-pola data.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Komponen kedua yakni penyajian data (*data display*) melibatkan langkah-langkah mengorganisasikan data, yakni menjalin (kelompok) data yang satu dengan (kelompok) data yang lain sehingga seluruh data yang dianalisis benar-benar dilibatkan dalam satu kesatuan, karena dalam penelitian kualitatif data biasanya beraneka ragam perspektif dan teras bertumpuk, maka penyajian data (*data display*) pada umumnya sangat diyakini sangat membantu proses analisis.

3. Penarikan serta Pengujian Kesimpulan (*Drawing and Verifying Conclusions*)

Pada komponen terakhir, yakni penarikan dan pengujian kesimpulan (*drawing dan verifying conclusions*), peneliti pada dasarnya mengimplementasikan prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola-pola data yang ada dan atau kecenderungan dari penyajian data yang telah dibuat.

G. Keabsahan Data

Menurut (Sugiyono, 2017), Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Dengan demikian triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan triangulasi waktu yakni sebagai berikut:

1. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Dalam hal ini penelitian melakukan pengumpulan dan pengujian data yang telah diperoleh melalui hasil pengamatan, wawancara dan dokumen-dokumen yang ada, kemudian peneliti membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara dan membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang ada.

2. Triangulasi teknik

Triangulasi teknik dilakukan dengan cara menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Dalam hal yang diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi dan dokumen. Apabila dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda-beda maka penelitian melakukan diskusi lebih lanjut kepada informan yang bersangkutan atau yang lain untuk memastikan data mana yang dianggap benar atau mungkin semuanya benar karena sudut pandangnya berbeda-beda.

3. Triangulasi waktu

Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel. Untuk itu dalam rangka pengujian kredibilitas data dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil

uji menghasilkan data yang berbeda maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya. Triangulasi dapat juga dilakukan dengan cara mengecek hasil penelitian dari tim peneliti lain diberi tugas melakukan pengumpulan data.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Profil Kabupaten Luwu Timur

Secara administrasi, Kabupaten Luwu Timur terdiri atas 11 (sebelas) kecamatan yaitu Burau, Wotu, Tomoni, Angkona, Malili, Towuti, Nuha, Mangkutana, Kalaena, Tomoni Timur, dan Wasuponda dengan jumlah keseluruhan 124 desa, 3 kelurahan, dan 2 UPT. Kabupaten Luwu Timur merupakan daerah hasil pemekaran dari Kabupaten Luwu Utara. Masyarakat di wilayah eks Onder-afdeling Malili atau bekas Kewedanaan Malili, ingin membentuk suatu daerah otonom sendiri. Kabupaten Luwu Timur yang terbentang dari Kecamatan Burau di sebelah barat hingga Kecamatan Towuti di sebelah timur, membujur dari Kecamatan Mangkutana di sebelah Utara hingga Kecamatan Malili di sebelah Selatan, diresmikan berdiri pada tanggal 25 Februari 2003, diresmikan oleh Menteri Dalam Negeri pada tanggal 3 Maret 2003.

Sebaran desa di setiap kecamatan adalah Kecamatan Burau (18 desa), Wotu (16 desa), Tomoni (12 desa dan 1 kelurahan), Angkona (10 desa), Malili (14 desa, 1 kelurahan dan 2 UPT), Towuti (18 desa), Nuha (4 desa dan 1 35 kelurahan), Mangkutana (11 desa), Kalaena (7 desa), Tomoni Timur (8 desa) dan Wasuponda (6 desa).

Tabel 4.1

Luas wilayah per-Kecamatan dan jumlah Desa/Kelurahan

Nama Kecamatan	Jumlah Kelurahan/ Desa	Luas Wilayah			
		Administrasi		Terbangun	
		(Ha)	(%) thd total	(Ha)	(%) thd total
Burau	18	25.623	3.69	534.336	12.99
Wotu	16	13.052	1.88	449.526	10.93
Tomoni	13	23.009	3.31	404.184	9.82
Tomoni Timur	8	4.391	0.63	224.928	5.47
Angkona	10	14.724	2.12	391.974	9.53
Malili	21	92.120	13.26	463.122	11.26
Towuti	18	182.048	26.21	413.49	10.05
Nuha	5	80.827	11.64	354.882	8.63
Wasuponda	6	124.400	17.91	276.342	6.72
Mangkutana	11	130.096	18.73	421.74	10.52
Kalaena	7	4.198	0.60	179.652	4.37

(Sumber: BPS Tahun 2020)

Berdasarkan tabel 4.1 tergambar bahwa Malili merupakan kecamatan dengan jumlah kelurahan dan desa terbanyak yakni 21, sementara kecamatan terluas yaitu Towuti yakni mencapai 182.048 Ha, disusul dengan Mangkutana yaitu 130.096 Ha dan Wasuponda yaitu 124.400 Ha.

Tabel 4.2

Data Penduduk Kabupaten Luwu Timur

No.	Kecamatan	Jumlah Penduduk		Total
		Laki-laki	Perempuan	
1.	Mangkutana	11.470	10.908	22.378
2.	Nuha	12.337	10.794	23.131
3.	Towuti	17.006	14.982	31.988
4.	Malili	19.948	18.257	38.205
5.	Angkona	12.450	11.716	24.166
6.	Wotu	15.912	15.491	31.403
7.	Burau	17.819	17.210	35.029
8.	Tomoni	11.957	11.496	23.453
9.	Tomoni Timur	6.553	6.083	12.636
10.	Kalaena	5.582	5.322	10.904
11.	Wasuponda	11.351	9.975	21.326
Total		142.385	132.234	274.619

(Sumber: BPS Luwu Timur Tahun 2020)

Luwu Timur dihuni oleh penduduk dari berbagai etnik dengan jumlah penduduk berdasarkan data desa pada tahun 2013 mencapai 274.619 jiwa yang tersebar di 11 kecamatan. Kabupaten Luwu Timur dihuni oleh 37 4 1 % 3 4 % 9% 3% 3% 3% 3%2% penduduk dari berbagai etnik. Diantaranya etnik Jawa, Bugis, Toraja, Bali, Pamona, Padoe, Sunda, Sasak, Madura, Dayak, Tionghoa, dan etnik Batak. Sejauh ini jumlah penduduk yang terbesar berasal dari etnik Jawa dan Bugis masing – masing sebanyak 41 persen dan 34 persen, menyusul etnik Toraja sebanyak 9 persen, etnik bali sebanyak 5 persen, etnik Pamona 3 persen, etnik Padoe 3 persen, kemudian sisanya 3 persen terbagi untuk etnik Sunda, sasak dan Madura, dan

selanjutnya etnik – etnik lain dalam jumlah yang relatif kecil seperti etnik Dayak, etnik Tionghoa dan etnik Batak sebanyak 2 persen.

2. Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Luwu Timur 2020

Berdasarkan Keputusan DPRD Provinsi Sulawesi Selatan Nomor 6 Tahun 2002 tanggal 24 Mei 2002, tentang Persetujuan usul pemekaran Luwu Utara. Gubernur Sulawesi Selatan menindaklanjuti dengan mengusulkan pembentukan Kabupaten Luwu Timur dan Mamuju Utara kepada Menteri Dalam Negeri melalui Surat Nomor 130/2172/Otoda tanggal 30 Mei 2002. Akhirnya, aspirasi perjuangan masyarakat Luwu Timur yang diperjuangkan selama 44 tahun telah mencapai titik kulminasi yaitu atas persetujuan bersama Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia dan Presiden Republik Indonesia dengan disahkannya Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2003 tanggal 25 Februari 2003, Tentang Pembentukan Kabupaten Luwu Timur dan Kabupaten Mamuju Utara di Provinsi Sulawesi Selatan. Berdasarkan Undang - Undang tersebut, Gubernur Sulawesi Selatan, atas nama Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia pada tanggal 3 Mei 2003 telah meresmikan sekaligus melantik penjabat Bupati Luwu Timur di Ruang Pola Kantor Gubernur Sulawesi Selatan di Makassar. Kemudian pada tanggal 12 Mei 2003, sebagai penanda mulai berlangsungnya aktivitas pemerintahan dan pembangunan di Kabupaten Luwu Timur yang baru terbentuk itu, maka Bupati Luwu Utara dan Penjabat Bupati Luwu Timur secara bersama-sama meresmikan pintu gerbang perbatasan Kabupaten Luwu Utara dan Kabupaten Luwu Timur

yang ditandai dengan pembukaan selubung papan nama perbatasan bertempat di Desa Lauwo antara Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur dan Kecamatan Bone - Bone, Kabupaten Luwu Utara. Pada hari yang sama dilakukan prosesi penyerahan operasional Pemerintahan dari Pemerintah Kabupaten Luwu Utara kepada Pemerintah Kabupaten Luwu Timur bertempat di lapangan Andi Nyiwi, Malili. Dengan terbentuknya Kabupaten Luwu Timur yang merupakan hasil penekaran dari Kabupaten Luwu Utara maka secara administratif Kabupaten Luwu Timur berdiri sendiri sebagai daerah otonom yang memiliki kewenangan untuk meningkatkan penyelenggaraan pemerintahan, pembangunan dan pelayanan masyarakat. Namun secara kultural, historis dan hubungan emosional sebagai satu rumpun keluarga Tanah Luwu tetap terjalin sebagai satu kesatuan yang tak terpisahkan. Demikian Kilas Balik Terbentuknya Kabupaten Luwu Timur.

Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) merupakan suatu wujud nyata dari demokrasi dan menjadi sarana bagi rakyat dalam menyatakan kedaulatan. Kedaulatan rakyat dapat diwujudkan dalam proses Pilkada untuk menentukan siapa yang harus menjalankan pemerintahan suatu wilayah. Pemilihan kepala daerah pertama di Luwu Timur terselenggara pada tanggal 27 Juni tahun 2005. Dimana kandidat yang bertarung adalah karateker Bupati A. Hatta Marakarma melawan Nur Husain sebagai tokoh pemekaran Luwu Timur.

Salah satu kabupaten yang juga turut melaksanakan Pilkada pada Desember 2020 lalu adalah Kabupaten Luwu Timur yang berada di Provinsi

Sulawesi Selatan. Pelaksanaan Pilkada di daerah ini juga menjadi hal yang menarik dan boleh dikatakan akan menjadi cukup panas karena dua pasangan calon yang berkontestasi merupakan petahana dari periode sebelumnya.

Pilkada Kabupaten Luwu Timur diikuti oleh dua pasangan kandidat yaitu kandidat pertama Ir. H. Muh. Thoriq Husler yang merupakan bupati petahana yang maju untuk priode kedua. Thoriq Husler dikenal sebagai pemimpin yang sangat toleran dimana disetiap acara keagamaan di Kabupaten Luwu Timur beliau senantiasa untuk hadir. Sementara pasangannya Dr. H. Budiman Hakim memiliki latar belakang birokrat yang juga merupakan kepala dinas di priode pertama Thoriq Husler. Sementara pasangan nomor urut dua yaitu Irwan Behry Syam merupakan wakil bupati petahana yang maju sebagai kandidat bupati dan berpasangan dengan Andi Rio Pattiwiri Hatta yang berlatar belakang pengusaha serta berstatus ebagai anak kandung dari bupati pertama Kabupaten Luwu Timur dua priode Andi Hatta Marakarma. Hal tersebut tentu menyajikan pertarungan pilkada yang menarik di Kabupaten Luwu Timur. Komisi Pemilihan Umum (KPU) Luwu Timur menetapkan pasangan Husler-Budiman sebagai Calon Bupati dan Wakil Bupati terpilih hasil Pilkada Lutim 2020. pasangan Nomor Urut 1 Husler-Budiman meraih suara sebanyak 86.351 dan paslon nomor urut 2, IBAS-RIO yang meraih 77.228 suara.

Tabel 4.3 Partai Pengusung Kandidat Pilkada Luwu Timur 2020

Nomor	Kandidat	Partai Pengusung	Total Kursi Di DPRD
1.	1  Ir.H.Muh.Thorid Husler - Drs.Budiman M.Pd	 Golkar (7 Kursi)  PDIP (3 Kursi)  PKB (1 Kursi)  PAN (4 Kursi)  PKS (1 Kursi)  Gerindra (4 Kursi)  PBB (1 Kursi)  Hanura (3 Kursi)	24 Kursi
2.	2  Irwan Bahri Syam.,S.T-Andi Rio Muhammad Pattiwiri Hatta	 Nasdem (4 Kursi)  Demokrat (2 Kursi)	6 Kursi

(Sumber KPUD Luwu Timur 2020)

Pada tabel 4.3 Pemilihan kepala daerah Luwu Timur diikuti oleh 2 pasangan calon yaitu pasangan No urut 1, Ir.H.Muh.Thoriq Husler bersama Drs.Budiman ,M.Pd dan pasangan No urut 2 Irwan Bahri Syam.,S.T bersama Andi Rio Muhammad Pattiwiri Hatta. Dimana pada pasangan no urut 1 diukung oleh partai Golkar (7 kursi), PDIP (3 kursi) PAN (4 kursi) , PKB (1 kursi), PKS (1 kursi), PBB (1kursi),Gerindra (4 kursi), Hanura (3 kursi) dan pada pasangan no urut 2 diukung oleh 2 partai yaitu partai Demokrat (2 kursi) dan Nasdem (4 kursi).

Dalam kerangka menjalankan amanah undang-undang sejak tahun 2020 lalu KPU dan jajarannya di daerah melaksanakan kegiatan Pemutakhiran Data Pemilih Berkelanjutan (PDPB). Proses pemutakhiran daftar pemilih juga akan menjelaskan jumlah pemilih pada suatu wilayah akan memberi kontribusi pada pembentukan daerah pemilihan. Pemutakhiran daftar pemilih juga akan membantu tahapan pemilu selanjutnya karena sudah mengalokasikan dan mengorganisir pemilih pada masing-masing Tempat Pemungutan Suara (TPS). Adapun daftar pemilih tetap Kabupaten Luwu Timur Tahun 2020:

Tabel 4.4 Daftar Pemilih Tetap Pilkada Luwu Timur 2020

No.	Kecamatan	Jumlah Desa/Kelurahan	Jumlah TPS	Jumlah Pemilih		
				L	P	L+P
1.	Mangkutana	11	45	7.848	7.745	15.593
2.	Nuha	5	38	8.603	7.270	15.873
3.	Towuti	18	70	14.836	13.021	27.857
4.	Malili	15	68	14.257	13.657	27.914

5.	Angkona	10	46	8.705	8.448	17.153
6.	Wotu	16	66	11.088	11.238	22.326
7.	Burau	18	65	11.816	11.839	23.655
8.	Tomoni	13	48	9.209	8.974	18.183
9.	Kalaena	7	25	4.304	4.380	8.684
10.	Tomoni Timur	8	26	4.822	4.804	9.626
11.	Wasuponda	6	41	7.987	6.953	14.922
Total		127	538	103.475	98.311	201.786

(Sumber: KPUD Luwu Timur Tahun 2020)

Pada tabel 4.4 Pilkada 2020 di kabupaten Luwu Timur dari data yang diterima oleh KPUD luwu timur berjumlah 201.786 orang yang tersebar di 11 kecamatan dan 124 desa dan kelurahan. Pemilihan kepala daerah tersebut berhasil dimenangkan oleh pasangan no urut 1 dengan perolehan suara 86.351 orang dan pasangan nomor urut 2 dengan jumlah suara 77.228 orang adapun total suara yang tidak sah berjumlah 1245 orang sehingga total partisipasi pemilih sebanyak 164.824 DPT.

Komisi Pemilihan Umum (KPU) Luwu Timur telah merampungkan rekapitulasi hasil perhitungan suara pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Luwu Timur 2020, setelah Panitia Pemilihan Kecamatan (PPK) dari 11 kecamatan selesai atau rampung membacakan hasil pleno rekapitulasi hasil perhitungan suara tingkat PPK pada rapat pleno terbuka dari 16-17 Desember 2020.

Berdasarkan surat keputusan KPU Luwu Timur pun mengeluarkan surat pengumuman NOMOR: 040/PL.02.6.Pu/7324/KPU-Kab/XII/2020 tentang hasil rekapitulasi dalam tabel berikut:

Tabel 4.5 Hasil Rekapitulasi Pilkada Luwu Timur 2020

No.	Kecamatan	Perolehan Suara Kandidat		Suara Sah	Suara Tidak Sah	Pengguna Hak Pilih
		MTH-BUDIMAN (01)	IBAS-RIO (02)			
1.	Angkona	7.419	6.961	14.380	147	14.527
2.	Burau	10.400	8.985	19.385	153	19.538
3.	Mangkutana	7.134	5.456	12.590	81	12.671
4.	Tomoni Timur	4.377	3.777	8.154	74	8.228
5.	Tomoni	7.732	7.147	14.879	121	15.000
6.	Kalaena	4.226	3.156	7.382	50	7.432
7.	Wotu	10.470	8.415	18.885	138	19.023
8.	Towuti	11.963	10.431	22.394	167	22.561
9.	Nuha	6.001	5.314	11.315	74	11.389
10.	Malili	11.108	11.642	22.750	176	22.926
11.	Wasuponda	5.521	5.944	11.465	64	11.529
Jumlah		86.351	77.228	163.579	1.245	164.824

(Sumber: KPU Luwu Timur Tahun 2020)

Pada tabel 4.5 Pemilihan kepala daerah Kabupaten Luwu Timur dimenangkan oleh pasangan no urut 1 (MTH-BUDIMAN) dengan perolehan suara 86.351 orang mengalahkan pasangan nomor urut 2 (IBAS-RIO) dengan jumlah suara 77.228 orang dengan total partisipasi pemilih sebanyak 164.824 DPT.

Berdasarkan data yang telah dihimpun penulis dari total DPT sebanyak 201.786 hanya 164.824 DPT yang menggunakan hak pilihnya sementara sekitar 36.962 DPT memilih untuk golput. Dengan demikian persentase tingkat partisipasi pemilih di Luwu Timur sebanyak 80,38 %.

3. Media Sosial Husler-Budiman

Tujuan penggunaan media sosial dalam kampanye pilkada 2020 yakni untuk memutus mata rantai penyebaran Covid-19 karena proses penyebaran informasi dalam hal ini adalah kampanye, dilakukan dengan menggunakan jejaring sosial tanpa harus bertemu atau bertatap muka secara langsung yang akan menyebabkan kerumunan dan meningkatkan risiko penularan Covid-19. Selain itu, media sosial juga dapat dijadikan alat kampanye yang lebih efektif dan efisien.

Tim sukses Husler-Budiman menggunakan media sosial untuk membangun citra pasangan calonnya dengan tujuan untuk membentuk opini publik terhadap pasangan calon. Tim sukses Husler-Budiman juga menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi-interaksi dua arah. Strategi komunikasi-interaksi dua arah inilah yang dipertahankan oleh tim sukses Husler-Budiman untuk membentuk opini publik terhadap pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur.

Tabel 4.6 Media Sosial Pasangan Husler-Budiman

Media Sosial	Nama Akun	Pengikut
Facebook		2.183 Orang

Instagram		3.276 Orang
Youtube		3.400 orang

(Sumber: Tim Pemenangan Husler-Budiman Pilkada Luwu Timur Tahun 2020)

Pada tabel 4.6 menjelaskan penggunaan media sosial dalam rangka meningkatkan kegiatan kampanye secara virtual pada pemilihan kepala daerah Kabupaten Luwu Timur. Penggunaan media sosial sendiri berisikan video ilustrasi dan gambar terkait visi-misi dan program prioritas pasangan Husler Budiman pada pilkada Luwu Timur tahun 2020

Tabel 4.7 Peserta Kampanye Melalui Via Zoom

No.	Kecamatan	Jumlah Desa/Kelurahan	Peserta Zoom
1.	Mangkutana	11	550
2.	Nuha	5	250
3.	Towuti	18	900
4.	Malili	15	750

5.	Angkona	10	500
6.	Wotu	16	800
7.	Burau	18	900
8.	Tomoni	13	650
9.	Kalaena	7	350
10.	Tomoni Timur	8	400
11.	Wasuponda	6	300
Total		127	6.350

(Sumber: Tim Pemenangan Husler-Budiman Pilkada Luwu Timur Tahun 2020)

Pada tabel 4.7 dapat dilihat jumlah masyarakat yang ikut berpartisipasi dalam kegiatan kampanye virtual menggunakan aplikasi zoom. Menurut data yang diberikan oleh tim pemenangan kandidat, total peserta setiap desa dalam kegiatan kampanye berjumlah 50 orang. Hal tersebut sesuai dengan target yang ditetapkan tim pemenangan sesuai dengan hasil himbauan dari KPUD Luwu Timur.

Berdasarkan hasil penelitian terkait kampanye virtual menggunakan aplikasi zoom, pada proses pelaksanaannya tim pemenangan yang dibentuk dari tingkat kabupaten sampai desa telah menyusun jadwal kegiatan kampanye untuk setiap wilayah. Tim pemenangan yang berada di setiap desa berfungsi menyediakan proyektor dan laptop yang kemudian dihubungkan dengan aplikasi zoom sebagai wadah bagi kandidat untuk melaksanakan kegiatan kampanye secara virtual. Mobilisasi massa sendiri dilakukan ditempat yang telah ditentukan oleh tim pemenangan dengan kapasitas 50 orang untuk setiap desa. Sementara bagi kandidat dapat melakukan kampanye dari rumah atau posko pemenangan induk.

B. Strategi Kampanye Politik Dalam Jaringan Bupati Terpilih 2020 di Kabupaten Luwu Timur

Penyelenggaraan Pilkada 2020 memiliki karakteristik tantangan tersendiri yang untuk pertama kalinya bagi sejarah kepemiluan di Indonesia dan bahkan sebagai bagian dari kehidupan umat manusia di seluruh dunia, yaitu di selenggarakan di tengah pandemi Covid 19. Meskipun tantangan demikian menempatkan langkah-langkah ekstra terkait protokol kesehatan dan segala dampaknya bagi aspek sosial politik dan ekonomi yang harus ditanggung, pada kenyataannya Pilkada 2020 justru tidak mengalami perubahan signifikan di tingkat proses politik dan substansi peran kelembagaan peserta yang menyertainya.

Pemilihan kepala daerah Luwu Timur diikuti oleh 2 pasangan calon yaitu pasangan No urut 1, Ir.H.Muh.Thoriq Husler bersama Drs.Budiman ,M.Pd dan pasangan No urut 2 Irwan Bahri Syam, S.T bersama Andi Rio Muhammad Pattiwiri Hatta. Dimana pada pasangan no urut 1 diusung oleh partai Golkar (7 kursi), PDIP (3 kursi) PAN (4 kursi) , PKB (1 kursi), PKS (1 kursi), PBB (1kursi),Gerindra (4 kursi), Hanura (3 kursi) dan pada pasangan no urut 2 diusung oleh 2 partai yaitu partai Demokrat (2 kursi) dan Nasdem (4 kursi). Dari hasil rekapitulasi KPUD Luwu Timur pasangan Nomor urut 1 Ir. H. Muh. Thoriq Husler dan Budiman, M.Pd berhasil memenangkan kontestasi tersebut. Dari hasil penelitian penulis terkait strategi kampanye dalam jaringan dengan didapatkan hasil yang akan penulis bahas sebagai berikut:

1. Penetapan Komunikator

Strategi komunikasi diperlukan dalam pelaksanaan komunikasi politik seperti aktivitas kampanye politik partai dan calon legislative dan calon bupati maupun calon gubernur. Untuk memahami makna strategi politik, tentunya perlu dipenuhi arti dari bentuk komunikasi tersebut.

Pada pilkada Luwu Timur tahun 2020 pasangan nomor urut satu Husler-Budiman telah memandatkan tim pemenangan yang akan bekerja dalam proses perhelatan pilkada, termasuk penetapan komunikator. Pemilihan komunikator merupakan proses yang penting karena peran tersebut sangat sentris dalam menentukan arah dukungan masyarakat termasuk menyampaikan program-program strategis yang telah diusung kandidat.

“Penetapan komunikator disini tentu berdasarkan rembukan kami selaku kandidat bersama partai pengusung. Komunikator disini sendiri mempunyai peran yang sangat strategis dalam menyampaikan visi-misi kami kepada masyarakat. Tentu mekanisme pemilihannya kita melihat sosok karakter yang benar-benar memahami gagasan dan program yang kami usung, termasuk publik speaking yang harus dimiliki oleh seorang komunikator. Terlebih pada saat pilkada bentuk kampanye kita secara daring menggunakan perangkat teknologi, sehingga pemilihan komunikator disini harus memenuhi kriteria yang mampu menyampaikan program terhadap masyarakat secara ringkas, jelas, dan tentu dapat dipahami oleh pemilih.” (Wawancara dengan Budiman tanggal 08 Maret 2022).

Hasil wawancara dengan informan dapat disimpulkan mekanisme pemilihan komunikator yang dilakukan kandidat berdasarkan kriteria pemahaman komunikator dalam menyampaikan visi misi kandidat kepada masyarakat agar segala bentuk program yang diusung dapat dipahami oleh masyarakat selaku pemilih.

Proses komunikasi politik tidak terlepas dari namanya kampanye politik, dan karena itulah kampanye politik tidak mungkin dilakukan tanpa adanya komunikator yang bertugas untuk membentuk opini publik yang positif terhadap masyarakat. Karena komunikator merupakan darah dari proses pergerakan kampanye.

Mekanisme penentuan komunikator pada saat pilkada sangat penting dalam mendorong program-program yang ditawarkan kandidat kepada masyarakat. Tentunya penetapan komunikator tidak hanya pada sebatas penyampaian visi misi namun juga membahas kebutuhan dan permasalahan masyarakat Luwu Timur yang dapat dijawab melalui program-program yang diusung kandidat nomor urut satu.

“Pelaksanaan pilkada 2020 memang berbeda dengan pelaksanaan pilkada di tahun sebelumnya karena kita sedang menghadapi situasi pandemi dengan segala regulasi-regulasi baru didalam pelaksanaannya. Tentu kita harus ikut aturan main dari KPUD termasuk pelaksanaan kampanye secara virtual atau dalam jaringan. Untuk itu selaku tim pemenangan pasangan Husler-Budiman kemarin kita terus mendorong program-program yang dibutuhkan oleh masyarakat kita terlebih pada bidang pembangunan infrastruktur, peningkatan ekonomi masyarakat dan kesehatan. Jadi, melalui kampanye virtual tadi kami memaparkan terhadap konstituen mekanisme pelaksanaan program jika kandidat terpilih mulai dari perencanaan, proses implementasinya, dari mana sumber dananya, dan siapa target sarannya itu semua dikupas melalui pemaparan menggunakan proyektor. Sehingga memang dibutuhkan komunikator yang cakap dan menguasai pemaparan program. Hal ini sangat penting agar masyarakat dapat mengetahui dan ikut mengawasi berjalannya pemerintahan serta yang paling penting disini masyarakat tidak lagi menganggap bahwa program kita itu Cuma sekedar janji kampanye saja.” (Wawancara dengan Mahading tanggal 09 Maret 2022).

Hasil wawancara dengan informan dapat disimpulkan seorang komunikator harus memahami proses penyampaian program secara lugas

kepada masyarakat. Hal ini untuk memberikan keyakinan kepada masyarakat bahwa program yang diusung benar-benar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Luwu Timur.

Pemilukada merupakan agenda politik untuk menentukan format dan arah masadepan demokrasi Indonesia, melalui mekanisme partisipasi warga Negara secara langsung ke dalam politik praktis dalam mengartikulasi aspirasi dan kepentingan mereka. Dengan kata lain pemilihan umum adalah wujud nyata keterlibatan warga dalam penyelenggaraan kehidupan bernegara, yaitu memilih pemimpin yang akan duduk menjadi kepala daerah. Sehingga keberadaan komunikasi politik sangat penting dalam menentukan keberhasilan pada pemilukada.

Pasangan Huster-Budiman mendapatkan dukungan besar dari koalisi partai yang berada di Kabupaten Luwu Timur. Keterlibatan partai dalam penentuan komunikator dengan mendorong tim pemenangan yang dianggap memiliki kapabilitas serta pengaruh terhadap masyarakat agar mampu menjawab segala pertanyaan terhadap program yang ditawarkan.

“Tentu semua partai pengusung terlibat dalam penetapan komunikator, hal yang paling urgent sebenarnya dalam pemilihan komunikator harus sosok yang dikenal dan memiliki pengaruh dimasyarakat. Karena semua agenda dan setting kampanye itu merupakan arahan dari dia. Bisa dibilang komunikator disini menjadi penentu berhasilnya kandidat dalam memenangkan dukungan dari masyarakat.” (Wawancara dengan Arifin tanggal 08 Maret 2022).

Hasil wawancara dengan informan dapat disimpulkan pemilihan komunikator yang dilakukan oleh partai berdasarkan kedekatan

komunikator terhadap masyarakat luas. Peran sentral dari komunikator sangat menentukan keberhasilan kandidat dalam memenangkan pemilu.

Setiap pasangan calon tentunya saling berlomba dalam menarik minat masyarakat untuk memilihnya, seperti dalam tujuan komunikasi politik, bahwasannya komunikasi politik bertujuan menarik simpatik khalayak dalam rangka meningkatkan partisipasi politik saat menjelang pemilihan umum atau pemilihan kepala daerah. Dalam menghadapi pemilihan seperti ini, para pasangan calon, tim kampanye serta partai pendukung tentunya telah menyusun perencanaan dengan matang, agar strategi yang diusungnya tepat sasaran atau berhasil.

Pemilihan kepala daerah Kabupaten Luwu Timur tahun 2020 terdiri dari beberapa golongan termasuk pemuda atau pemilih pemula. Dimana sasaran komunikasi politiknya yaitu membangun isu-isu pengembangan kegiatan kepemudaan sampai kepada bantuan pendidikan. Komunikator juga memiliki cara dan metode tersendiri dalam melakukan kegiatan kampanye yang menarik simpati dari pada pemuda untuk memilih pasangan Husler-Budiman pada perhelatan pilkada tersebut.

“Pak Husler ini bupati incumbent yang di periode sebelumnya sudah menjalankan program beasiswa untuk kami para kaum pelajar. Selain itu beliau juga terlibat aktif dalam mendukung kegiatan kepemudaan. Untuk pesan-pesan kampanye sendiri ada banyak tentu menyangkut pendidikan, upaya pengembangan kreativitas pemuda, pembangunan gedung olahraga itu program-program yang ditawarkan kepada kami kelompok pemuda. Disini yang paling menarik disampaikan kepada kami itu agar mendorong para pemuda untuk memasukkan kebutuhan agar bisa dibuatkan program. Saya pikir metode seperti itu sangat bagus. Diskusi yang kami lakukanpun langsung dengan kandidat melalui via zoom, jadi kami bebas menyampaikan aspirasi kami.” (Wawancara dengan Dondi tanggal 10 Maret 2022).

Hasil wawancara dengan informan dapat disimpulkan kegiatan komunikasi yang dilakukan terhadap kelompok pemilih milineal yang kebanyakan merupakan pemilih pemula dengan mendorong program-program yang mendukung pengembangan kegiatan kepemudaan sehingga para pemuda menetapkan pilihan mereka terhadap pasangan Husler Budiman.

Proses penetapan komunikator Kampanye Politik Dalam Jaringan Bupati Terpilih 2020 di Kabupaten Luwu Timur:

1. Melakukan rapat internal yang terdiri dari tim pemenangan, dewan penasehat, partai pengusung dan kandidat.
2. Dewan penasehat membacakan kriteria kebutuhan komunikator dalam kegiatan kampanye seperti memiliki kredibilitas, daya tarik, dan kekuatan.
3. Meminta pendapat terkait usulan nama yang diajukan sebagai komunikator dari masing-masing peserta rapat.
4. Menunjuk komunikator berdasarkan hasil musyawarah yang mufakat dan juga sebagai ketua tim pemenangan.
5. Menyusun struktur tim pemenangan yang berasal dari pendukung kandidat dan pengurus-pengurus partai.
6. Penyusunan anggaran belanja
7. Penyusunan jadwal kegiatan kampanye
8. Penerbitan SK yang ditandatangani oleh kandidat.

Berdasarkan hasil observasi penulis dilapangan terkait penetapan komunikator sebagai sebuah Strategi Kampanye Politik Dalam Jaringan Bupati Terpilih 2020 di Kabupaten Luwu Timur, dimana komunikator merupakan sosok yang mengarahkan kegiatan kampanye politik. Sehingga dalam pemilihan sosok komunikator, kandidat bersama partai pengusung dan tim pemenang menentukan komunikator berdasarkan ketokohnya dalam masyarakat. Selain itu komunikator harus memahami keseluruhan program serta mampu menyampaikan program tersebut secara terbuka kepada masyarakat. Adapun komunikator yang ditunjuk oleh pasangan Husler-Budiman dalam pilkada Luwu Timur Tahun 2020 adalah Pak Mahading yang merupakan salah satu anggota dewan Luwu Timur serta kader dari partai Golkar.

2. Menerapkan Target Sasaran

Salah satu parameter pemilu yang demokratis adalah dengan adanya komponen pemilih yang semakin plural seiring dengan semakin kompleksnya pemilu. Ini artinya pemilih adalah pendukung utama yang sangat penting dalam proses pemilu yang demokratis, sesuai dengan prinsip kedaulatan rakyat. Setiap pemilih dalam pemilihan umum tidak akan terlepas dari latar belakang politis maupun sosiologis pada saat itu, sehingga hal ini sangat berpengaruh dalam menentukan pilihan mereka, inilah yang disebut voting behavior atau perilaku pemilih.

Langkah yang ditempu pasangan kandidat Husler-Budiman dalam menetapkan target sasaran yaitu masyarakat sebagai pemilih dalam

perhelatan pilkada Luwu Timur 2020 berdasarkan usia, jenis pekerjaan dan wilayah tempat masyarakat berdomisili. Hal tersebut menjadi penentu keberhasilan strategi pemenangan kandidat dalam pilkada.

“Semua lini tentu pada saat pilkada sangat penting intinya mereka masyarakat kabupaten Luwu Timur. Dari semua perjalanan kampanye yang saya lakukan itu ada beberapa kategori yang paling banyak berdasarkan usia, mata pencaharian dan wilayah domisili dari masyarakat. Itu sangat penting, seperti misalnya bagi kelompok petani kita mengupayakan untuk membuat pabrik pengolahan agar hasil bumi tidak lagi diopor keluar daerah tapi harus di kelola di daerah sendiri. Apalagi sudah banyak daerah yang melakukannya. Kita juga menganalisa kecamatan dan desa yang masih sangat minim pembangunan infrastrukturnya seperti jalan rusak, fasilitas air dan sanitasi, itu semua latar belakang kami dalam membentuk program-program yang mengarah pada pelayanan kepada masyarakat.” (Wawancara dengan Budiman tanggal 08 Maret 2022).

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan dapat disimpulkan penentuan target dan sasaran dilakukan melalui analisa yang dilakukan terhadap kebutuhan masyarakat, sehingga melalui analisa tersebut dibentuk sebuah program-program agar segala bentuk permasalahan masyarakat dapat teratasi.

Menetapkan target dan sasaran adalah seperangkat metode yang dapat memfasilitasi kontestan (individu atau partai politik) dalam memasarkan inisiatif politik, gagasan politik, isu politik, ideologi politik, karakteristik pemimpim partai dan program kerja partai kepada masyarakat. Hal ini mampu dimanfaatkan dalam proses peningkatan kredibilitas dalam menyampaikan pemahaman dan kampanye politik dari internal partai kepada masyarakat.

Kontestasi pilkada Luwu Timur tahun 2020 menjadi ajang partai besar dalam mempengaruhi pemilih agar memilih kandidat pasangan nomor urut satu sebagai pasangan yang diusung oleh partai. Memanfaatkan kader-kader partai yang merupakan sosok tokoh yang memiliki pengaruh dimasyarakat menjadi salah satu metode yang dilakukan dalam mendapatkan simpati serta dukungan dari masyarakat.

"Target dan sasaran kita tentu masyarakat sebagai pemilih, tinggal bagaimana strategi untuk mengajak masyarakat ini agar mau bergabung dan memilih pasangan Husler-Budiman. Salah satu strategi yang dari partai kami lakukan dengan mendorong peran-peran kader yang merupakan tokoh di wilayahnya agar mengajak masyarakat memilih Pak Husler-Budiman menggunakan pengaruh yang mereka miliki, termasuk dengan memfasilitasi semua bentuk kebutuhan yang menyangkut dengan kampanye." (Wawancara dengan Ober Datte tanggal 08 Maret 2022).

Hasil wawancara dengan informan dapat disimpulkan bahwa pendekatan ketokohan yang dilakukan oleh partai merupakan upaya yang dilakukan dalam mempengaruhi pemilih agar mendukung pasangan Husler-Budiman dalam perhelatan Pilkada Luwu Timur Tahun 2020.

Melalui penentuan target dan sasaran pada saat pilkada mampu memberikan suatu konstribusi ide mengenai bagaimana pelaksanaan ketika membuat rancangan program kerja berupa strategi kampanye politik yang didasarkan pada permasalahan umum yang sedang dihadapi oleh kebanyakan masyarakat.

Pemilihan target dan sasaran merupakan opsi agar dapat memenangkan pilkada Luwu Timur 2020. Melalui pengelompokan target dan sasaran juga dapat menentukan arah pembahasan program yang dapat

menarik dukungan serta partisipasi pemilih. Sehingga penentuan target dan sasaran memudahkan bagi tim pemenangan dalam menyampaikan program-program kandidat.

“Strategi yang kami lakukan dengan mengelompokkan pemilih-pemilih yang ada di Luwu Timur berdasarkan kebutuhan-kebutuhan kelompok. Karena setiap kelompok pemilih memiliki masalah yang berbeda-beda sementara sebagai tim pemenangan kita harus memilah kebutuhan setiap kelompok tadi. Termasuk metode penyampaiannya, dari penentuan target sasaran kita selaku tim pemenangan juga bisa mengukur bagaimana tingkat dukungan masyarakat terhadap kandidat, disitu sudah bisa diketahui. Sehingga dari awal sampai akhir memang elektabilitas kandidat ini selalu naik. Misalnya di beberapa wilayah disana dukungan masyarakat masih sangat kurang, kami mempelajari dulu dimana letak permasalahannya baru kami bukakan ruang diskusi. Jadi kerja-kerja tim pemenangan memang sangat sulit pada perhelatan pilkada 2020.” (Wawancara dengan Mahading tanggal 09 Maret 2022).

Hasil wawancara dengan informan dapat disimpulkan pemilihan target dan sasaran pemilih merupakan langkah dalam membagi pemilih dalam bentuk kelompok-kelompok yang bertujuan agar memudahkan tim pemenangan kandidat dalam proses kampanye serta menyusun pesan-pesan yang akan disampaikan berdasarkan permasalahan yang ada di masyarakat.

Penetapan target pemilih dalam pemilihan kepala daerah pada dasarnya dirancang tidak untuk menjual kandidat itu sendiri, tetapi suatu kerangka pemikiran yang didalamnya menyalurkan bagaimana suatu kandidat bisa selalu eksis dalam pembuatan suatu program kerja berupa kampanye politik yang ada hubungannya dengan masalah yang sedang menjadi isu sosial.

Masyarakat Luwu Timur sebagai target dalam kegiatan kampanye pada saat pilkada menentukan pilihan dengan melihat latar belakang

kandidat yang memiliki keseriusan dalam membangun daerah. Pasangan Husler-Budiman selain memiliki program yang menjadi kebutuhan masyarakat juga didukung latarbelakang sebagai sosok birokrat yang telah memiliki pengalaman dalam mengatasi permasalahan di Kabupaten Luwu Timur.

“Secara pribadi saya mendukung pasangan Husler-Budiman karena pengalamannya di dunia birokrasi. Belum lagi program yang mereka usung adalah kebutuhan prioritas dari masyarakat Kabupaten Luwu Timur. Hal yang menarik dari pilkada 2020 kemarin karena adanya Covid itu proses pemaparan program melalui audio visual, jadi semacam video yang telah tim pemenang edit dan berisikan gambaran-gambaran program kandidat jika terpilih. Saya fikir pola seperti itu lebih kreatif dibanding hanya berbicara seperti kampanye biasanya yang justru membuat masyarakat bosan dan jenuh.” (Wawancara dengan Yusuf tanggal 10 Maret 2022).

Hasil wawancara dengan informan dapat disimpulkan proses kampanye melalui penggunaan teknologi yang menampilkan video terkait program kandidat merupakan daya tarik bagi pemilih. Sehingga proses pelaksanaan program dan target dari program tersebut dapat diterima masyarakat selaku pemilih.

Adapun langkah yang dilakukan kandidat dan tim pemenang dalam menetapkan target sasaran kampanye adalah:

1. Mengambil data pemilih di Kabupaten Luwu Timur
2. Membagi pemilih dalam bentuk segmen melalui kategori mata pencaharian, umur, jenis kelamin dan tempat tinggal.
3. Tim pemenang melakukan observasi terkait permasalahan dan kebutuhan setiap-setiap segmen.

4. Menjawab semua permasalahan dan kebutuhan masing-masing segmen melalui program yang ditawarkan kandidat berdasarkan visi-misi kandidat.
5. Penyebarluasan pesan melalui media komunikasi dan mobilisasi kelompok berpengaruh.
6. Evaluasi.

Berdasarkan hasil observasi penulis lapangan terkait menetapkan target dan sasaran sebagai Strategi Kampanye Politik Dalam Jaringan Bupati Terpilih 2020 di Kabupaten Luwu Timur, penentuan target dan sasaran berdasarkan segmen-segmen tertentu mulai dari usia, pekerjaan, gender serta wilayah pemukiman masyarakat. Pengelompokan target dan sasaran pemilih sebagai upaya untuk menjawab kebutuhan masing-masing segmen yang dibuat dalam bentuk program-program kandidat. Berkenaan dengan pelaksanaan kampanye secara virtual tim pemenangan membuat gambaran yang dikemas dalam bentuk video yang kemudian akan dipaparkan terhadap target dan sasaran berdasarkan permasalahan yang terjadi. Sehingga semua kelompok masyarakat yang ada di Luwu Timur dapat memahami dan memastikan bahwa segala kebutuhan telah tercakup dalam program-program kandidat.

3. Menyusun Pesan

Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan komunikator kepada target sasarannya dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna. Simbol ini bisa berupa verbal (bahasa)

dan non verbal (isyarat, gesture dan lainnya). Teknik/metode penyampaian pesan bisa beraneka ragam seperti bersifat informatif, persuasif, dan edukatif. Pesan politik sangat diperlukan untuk persiapan dalam bersaing dengan lawan calon yang lain, serta membentuk citra yang positif dimata masyarakat.

Strategi kandidat dalam menyusun pesan-pesan yang akan disampaikan pada saat kampanye politik dalam perhelatan pilkada Luwu Timur 2020 berisikan materi tentang visi misi yang akan dilakukan pasangan Husler-Budiman jika terpilih sebagai kepala dan wakil kepala daerah. Pentingnya menyusun pesan agar informasi-informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat sebagai pemilih serta menjadi indikasi keseriusan kandidat dalam melaksanakan pembangunan daerah.

“Pengelolaan informasi yang disampaikan saat kampanye itu telah disusun secara terstruktur oleh tim, jadi misalnya kita kampanye di kecamatan Malili informasi ini yang disampaikan, kalau di Kecamatan Wotu informasi ini yang disampaikan begitupun kecamatan-kecamatan yang lain. Tentu pesannya sendiri berisi tentang visi misi kami selaku kandidat, kan pada waktu itu ada wacana kalau program kami cuma berfokus pada wilayah tertentu saja, melalui proses menyusun pesan tersebut kita dapat memaparkan secara lugas kepada masyarakat bahwasannya semua program-program yang kami akan laksanakan itu berlaku secara merata untuk masyarakat Luwu Timur tanpa ada yang dibeda-bedakan.” (Wawancara dengan Budiman tanggal 08 Maret 2022).

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan dapat disimpulkan langkah-langkah dalam menyusun pesan kampanye telah dikelompokkan sesuai dengan kebutuhan masing-masing wilayah sehingga program yang

dilaksanakan kandidat tidak terkesan hanya menguntungkan kelompok tertentu tetapi menyentuh seluruh segmen masyarakat Luwu Timur.

Partai Politik merupakan kendaraan bagi seseorang untuk ikut berpolitik, walaupun masih banyak cara untuk ikut berpartisipasi dalam politik seperti ikut di jalur independen, dalam arti ikut serta dalam pemilihan umum. Partai politik sudah seharusnya menjalankan fungsinya sebagai kendaraan politik dan salah satu fungsi dari partai politik adalah menjalankan komunikasi politik yang baik agar apa yang diinginkan para elit politik yang akan disampaikan pada khalayak (masyarakat) tersampaikan dengan baik sesuai dengan tujuan.

Perhelatan pilkada Luwu Timur tahun 2020 tidak terlepas dari peran partai politik yang ikut berpartisipasi dalam menyusun pesan yang berisikan informasi seputar kandidat agar mendapat dukungan masyarakat. pesan-pesan tersebut berisi informasi tentang program, pengalaman kandidat, serta pengetahuan politik bagi masyarakat.

“Dalam menyusun pesan kampanye disini sangat dibutuhkan komunikator yang telah dibentuk terkait muatan-muatan materi kampanye yang akan disampaikan kepada masyarakat. Karena jika tidak teliti dalam memberikan pesan kampanye itu bisa menjadi ancaman bagi kandidat karena pada wilayah itu yang akan dimanfaatkan oleh kandidat lain. Intinya pesan dalam kampanye berisikan materi terkait program Husler-Budiman pada saat terpilih. Untuk itu sebagai parpol yang mengusung pasangan Husler-Budiman kita lebih berfokus kepada pendidikan politik bagi masyarakat melalui beberapa kesempatan, termasuk peran serta masyarakat dalam pembangunan. Hal yang menarik saya pikir pada pilkada 2020 itu karena kebanyakan kita lakukan secara daring menggunakan aplikasi zoom sehingga tidak terbatas ruang dan waktu. Jika ada masalah yang ditemukan terkait kampanye di beberapa titik itu bisa langsung kita selesaikan melalui rapat menggunakan aplikasi tadi.” (Wawancara dengan Usman Saddik tanggal 08 Maret 2022).

Hasil wawancara dengan informan dapat disimpulkan proses menyusun pesan pada saat kampanye berisikan muatan materi-materi program kandidat serta pendidikan politik bagi masyarakat terkait pentingnya partisipasi aktif dari masyarakat dalam mendukung kandidat pada saat kontestasi pemilu.

Komunikasi politik merupakan hal yang penting, terutama sebagai jembatan untuk menyampaikan pesan-pesan. Pesan akan sampai dengan baik jika komunikator bisa menyampaikannya dengan baik terhadap komunikan mereka. Komunikasi yang efektif adalah penting bagi semua kalangan. Oleh karena itu, para pemimpin dan para komunikator perlu memahami dan menyempurnakan kemampuan komunikasi mereka.

Tim pemenangan pasangan Husler-Budiman dalam menyusun pesan disinkronkan terhadap kondisi lapangan serta dimana pesan tersebut disampaikan. Pola penyusunan pesan juga bergantung dari kelompok target sasaran berdasarkan segmen-segmen yang dibentuk sehingga dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap arah dukungan dari masyarakat.

“Proses menentukan target sasaran tadi ini sangat berkenaan dengan proses menyusun informasi yang akan disampaikan kepada pemilih. Katakanlah buat kelompok pelajar pesan yang disampaikan menyangkut bantuan pendidikan, ada juga program dibidang kesehatan, peningkatan ekonomi masyarakat, jadi program yang kita bangun berada seputar itu. Pesan-pesan ini sendiri selain muatannya tentang visi misi kandidat juga berisi pengenalan kandidat, jadi kita berupaya membranding kandidat ini agar mendapatkan dukungan dari pemilih. Penyampaiannyapun beragam melalui media sosial, melalui baliho, melalui kampanye secara daring, kampanye secara dialogis. Bentuk informasinyaapun bermacam-macam ada berupa tagline, ada berupa video, ada berupa brosur. Jadi pesan-pesan ini betul-betul dikonsep sedemikian rupa agar dapat diakses oleh seluruh pemilih

disetiap kecamatan.” (Wawancara dengan Mahading tanggal 09 Maret 2022).

Hasil wawancara dengan informan dapat disimpulkan Tim pemenangan melakukan proses penyusunan pesan berdasarkan kebutuhan setiap segmen pemilih yang ada di Kabupaten Luwu Timur. Penyusunan pesan ini sangat penting agar dapat menyentuh seluruh elemen masyarakat selaku pemilih.

Pada umumnya, kepala daerah yang menjadi petahana memiliki komunikasi politik yang baik. Ada sebuah fenomena menarik dalam ajang pilkada yaitu terdapatnya petahana yang sebagian besar menang dalam setiap persaingan menduduki kursi orang nomor satu di daerah. Hal tersebut terjadi karena, selain memiliki dukungan beberapa jaringan dan mesin politiknya yang cukup solid, kandidat petahana ini mempunyai image position sebagai pejabat yang populer di mata publik. Apalagi jika proses tersebut ditopang dengan kinerja figur yang positif tentunya akan semakin memperkuat korelasi antara pemilihan dan calon kandidat dalam hal memperoleh kemenangan.

Tim pemenangan kandidat menyampaikan pesan politik terhadap masyarakat terkait sosok Husler-Budiman yang bermasyarakat serta menjunjung tinggi toleransi dalam beragama menjadi salah satu tolak ukur keberhasilan pasangan tersebut dalam memenangkan kontestasi pilkada Luwu Timur tahun 2020.

“Pada saat kampanye tahun 2020 banyak sekali informasi yang saya lihat dari media sosial terkait sosok pak Husler yang merakyat, tidak membedakan suku dan agama, yang saya ingin katakan memang

itu semua benar karena kami sebagai masyarakat tau betul sosoknya seperti apa. Sosok almarhum sangat sederhana, bahkan kalau diundang diacara-acara keagamaan beliau selalu menyempatkan hadir. Sosok pemimpin seperti itu yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat.” (Wawancara dengan Syamsu tanggal 10 Maret 2022).

Hasil wawancara dengan informan dapat disimpulkan ketokohan sosok incumbent yang sangat mengedepankan toleransi menjadi salah satu pendorong bagi masyarakat dalam mengarahkan dukungan terhadap kandidat pasangan Husler-Budiman. Sikapnya yang merakyat menjadi pesan tersendiri yang dapat disimpulkan oleh pemilih sebagai sosok pemimpin yang merupakan teladan bagi masyarakat.

Strategi tim pemenangan kandidat dalam menyusun pesan yang dipergunakan dalam kampanye daring yaitu:

1. Menguasai lebih dahulu pesan yang disampaikan, termasuk struktur penyusunannya yang sistematis melalui analisis visi misi serta program yang didorong kandidat.
2. Mengemukakan argumentasi secara logis kepada masyarakat.
3. Mempergunakan pesan non verbal seperti mengepalkan tangan kemudian berteriak lanjutan, mengatur intonasi suara, memperbaiki visualisasi, memperhatikan waktu dalam berkampanye, menggunakan simbol politik dengan mengacungkan angka satu yang merujuk kepada nomor kandidat.
4. Membumbui pesan berupa humor untuk menarik perhatian dan mengurangi rasa bosan dari masyarakat terlebih melalui penggunaan media dalam jaringan.

Berdasarkan hasil observasi penulis dilapangan terkait menyusun pesan sebagai Strategi Kampanye Politik Dalam Jaringan Bupati Terpilih 2020 di Kabupaten Luwu Timur, dimana pesan-pesan yang disusun berisi informasi terkait program-program kandidat, visi-misi kandidat serta framing kandidat yang menggambarkan sosok kandidat yang merakyat. Pesan yang disampaikan tergantung proses penggunaan media yang digunakan serta kelompok sasaran yang akan mengakses informasi tersebut. Sehingga proses penyebaran informasi dapat diakses seluruh masyarakat sebagai pemilih serta melalui informasi tersebut menjadi keputusan bagi masyarakat dalam menentukan pilihannya.

4. Pemilihan Media

Kampanye merupakan upaya sistematis guna mempengaruhi khalayak terutama calon pemilih yang bertujuan agar calon pemilih memberikan suaranya kepada kandidat yang sedang berkompetisi dalam suatu pemilihan. Banyak alat yang dapat digunakan untuk menyampaikan kampanye atau pesan politik kepada khalayak. Salah satunya adalah media baru dan media sosial. Media baru dan media sosial menciptakan komunitas cyberspace yaitu sebuah komunitas dunia baru yang mempunyai koneksi jaringan satu dengan yang lainnya tanpa batas waktu dan ruang.

Pilkada tahun 2020 dilaksanakan di tengah pandemic Covid-19 sehingga menuntut para calon dan tim pemenangan menerapkan protokol kesehatan Covid-19 serta memanfaatkan media daring dalam proses pelaksanaan kampanye untuk mencegah terjadinya kerumunan. Kondisi

tersebut mengharuskan pasangan kandidat Husler-Budiman untuk membentuk sebuah strategi dalam kegiatan pemasaran politik melalui pendekatan teknologi informasi.

“Pendekatan kampanye dalam jaringan memang sudah lumrah dilakukan termasuk pada perhelatan pilkada sebelumnya. Namun pilkada 2020 itu sepertinya semua proses pelaksanaannya memanfaatkan media telekomunikasi. Termasuk aplikasi zoom, jadi bukan hanya mahasiswa saja menggunakan aplikasi tersebut, tapi calon bupati dan wakilnya juga. Seperti misalnya ada rapat dengan tim pemenangan itu menggunakan aplikasi tersebut. Banyak penggunaan media termasuk media sosial yang bisa diakses oleh masyarakat kita. Saya fikir ini merupakan sebuah pembelajaran bagi para kandidat agar lebih terbiasa menggunakan pendekatan media telekomunikasi mulai dari pencalonan sampai terpilih menjadi kepala daerah.” (Wawancara dengan Budiman tanggal 08 Maret 2022).

Hasil wawancara dengan informan dapat disimpulkan penggunaan media telekomunikasi sebagai upaya penerapan protokol kesehatan dalam perhelatan pilkada Luwu Timur 2020 menjadi langkah yang ditempuh dalam proses penyebaran informasi program-program yang ditawarkan kandidat terhadap pemilih. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah berbagai cara berkomunikasi manusia, baik individu maupun kelompok baik untuk kepentingan pribadi maupun kelompok. Demikian pula yang terjadi dalam kancah politik. Meningkatnya akses dan jumlah pengguna internet merupakan potensi tersendiri bagi para pelaku politik untuk melakukan komunikasi politik serta meraih dukungan secara online.

Penggunaan media dalam kancah politik di Luwu Timur menjadi tantangan tersendiri bagi partai pengusung untuk melihat sejauh mana peran media dalam membangun opini publik terhadap pasangan Husler-Budiman.

Sementara itu penggunaan media sosial tetap harus mendapatkan perhatian dari tim pemenangan untuk selalu mengantisipasi agar tidak muncul kejahatan-kejahatan dunia maya.

“Ada banyak media yang digunakan sebagai sarana promosi bagi kandidat seperti media cetak, media elektronik dan media sosial. Untuk pendekatan media dengan menggunakan jaringan internet sendiri ini perlu kewaspadaan agar tidak menjadi masalah yang berdampak terhadap terbacanya strategi tim pemenangan Husler-Budiman. Perhelatan pilkada kemarin tim pemenangan itu biasanya rapat menggunakan aplikasi zoom disana membahas tentang strategi tim, tentu aksesnya harus dibatasi sehingga apa yang menjadi privacy dalam tim tidak diketahui oleh pihak luar terlebih kandidat lain yang menjadi penantang. Oleh partai kami itu yang selalu menjadi perhatian.” (Wawancara dengan Arifin tanggal 08 Maret 2022).

Hasil wawancara dengan informan dapat disimpulkan penggunaan media dalam jaringan menjadi perhatian penting dari partai pengusung agar seluruh kerahasiaan pembahasan terkait strategi pemenangan kandidat tidak dapat diakses oleh kandidat lain. Penggunaan media sosial memberikan efek komunikasi yang efektif dan efisien namun kejahatan dunia maya menjadi permasalahan seperti *Cybercrime* muncul sebagai bagian dari *blackcampaign* dari pendukung yang fanatic terhadap satu paslon dan menginginkan elektabilitas paslon lain menurun. Disinilah sangat rawan muncul informasi tidak benar/*hoax* yang cenderung merugikan paslon lain bahkan informasi yang sesat bagi masyarakat.

Media sosial digunakan sebagai saluran komunikasi politik. Bahkan proses politik secara intens dan kontinu memanfaatkannya sebagai media untuk mensosialisasikan, menyampaikan, mempengaruhi dan mengonstruksi opini publik. Dalam proses mempengaruhi, akan timbul banyak pendapat

yang muncul bahwa media sosial dapat menjadi tempat berdialog tentang perbedaan pendapat. Media sosial dapat menjadi tempat menampung aspirasi bagi siapa saja yang ingin ikut membangun sistem politik.

Pemilihan media sebagai sarana penyampaian komunikasi politik dalam perhelatan pilkada Luwu Timur tahun 2020 merupakan sebuah langkah pemasaran visi misi kandidat. Tentu pemilihan media juga disesuaikan dengan pengguna yang dapat mengaksesnya.

“Kalau pemilihan media sendiri itu bermacam-macam, seperti media sosial yang banyak digunakan itu ada Instagram dengan akun @MTHBUDIMAN, ada Facebook dengan nama akun HUSLER BUDIMAN OKE (HBO), dan group whatsapp melalui media sosial itu berisi informasi terkait program-program prioritas kandidat yang dapat diakses oleh masyarakat pengguna media sosial. Kita juga membangun media partner bersama beberapa media online seperti beritalutim.com. Untuk proses kampanye virtual sendiri penggunaan media seperti zoom dengan bantuan proyektor sehingga gambar kandidat yang berbicara dapat dilihat oleh masyarakat. Kalau untuk media cetak itu seperti baliho, pamflet, brosur yang juga berisikan informasi tentang program-program kandidat. Ini dilakukan karena tidak semua masyarakat Luwu Timur itu pengguna media sosial jadi perlu media-media yang lain. Walaupun kita diharuskan melakukan kampanye dalam jaringan tetap ada kampanye secara tatap muka tetapi harus menggunakan protokol kesehatan dengan kapasitas massa tidak lebih dari 100 orang. Pilkada kemarin saya melihat persentase penggunaan media dalam jaringan itu Cuma 30% selebihnya 70% itu tatap muka. Untuk mengatur semua konten dan berita yang dipaparkan dalam media kita memang memiliki tim yang devisinya mengatur itu, jadi fokusnya hanya di media dan dokumentasi.” (Wawancara dengan Mahading tanggal 09 Maret 2022).

Hasil wawancara dengan informan dapat disimpulkan dalam kondisi Covid-19, KPU mengeluarkan peraturan baru mengenai pelaksanaan kampanye dalam pilkada 2020. Sebab berdasarkan data Tim Pemenangan pengguna media sosial (facebook, whatss app, instagram, youtube) semakin tinggi. Peraturan tersebut yakni Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor

6 tahun 2020 tentang Pelaksanaan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Walikota dan Wakil Walikota Serentak Lanjutan Dalam Kondisi Bencana Non Alam Coronavirus Disease 2019 (COVID-19). PKPU Nomor 6 tahun 2020 mengatur tentang beberapa tahapan atau metode pelaksanaan kampanye pilkada di tahun 2020 yang meliputi; 1. Pertemuan secara terbatas, 2. Pertemuan tatap muka dan dialog, 3. Debat publik atau debat terbuka antar Pasangan Calon, 4. Penyebaran bahan kampanye kepada umum, 5. Pemasangan, Alat Peraga Kampanye, 6. Penayangan Iklan Kampanye di media massa cetak, media massa elektronik, dan Lembaga Penyiaran Publik atau Lembaga Penyiaran Swasta dan 7. Kegiatan lain yang tidak melanggar larangan Kampanye dan ketentuan perundang-undangan.

Tujuan penggunaan media sosial dalam kampanye pilkada 2020 yakni untuk memutus mata rantai penyebaran Covid-19 karena proses penyebaran informasi dalam hal ini adalah kampanye, dilakukan dengan menggunakan jejaring sosial tanpa harus bertemu atau bertatap muka secara langsung yang akan menyebabkan kerumunan dan meningkatkan risiko penularan Covid-19. Selain itu, media sosial juga dapat dijadikan alat kampanye yang lebih efektif dan efisien.

Penggunaan media sosial sendiri bagi sebagian pemilih merupakan langkah untuk mengurangi biaya kampanye bagi kandidat karena tidak memerlukan biaya yang besar. Hal yang paling penting bagi para pemilih adalah informasi yang disampaikan dapat di terima oleh masyarakat

sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan pilihan dalam perhelatan pilkada Luwu Timur 2020.

“Menggunakan media sosial dalam kegiatan kampanye politik pada saat pilkada itu sangat baik dan tentu perlu dikembangkan kedepannya. Tentu dengan penggunaan media sosial seperti itu akan mengurangi biaya yang dikeluarkan oleh kandidat, karena biasanya biaya kampanye yang tinggi akan rentan bagi pejabat publik dalam melakukan korupsi karena mau mengembalikan biaya pada saat kampanye, yang terpenting informasi yang ingin disampaikan dapat diterima oleh masyarakat. Belum lagi kreatifitas Tim kampanye Husler-Budiman ini yang membuat konten-konten kreatif terkait program yang diusung oleh pasangan calon dalam mengkampanyekan kandidatnya.” (Wawancara dengan Dondi tanggal 10 Maret 2022).

Hasil wawancara dengan informan dapat disimpulkan penggunaan media sosial dalam rangka penyebaran pesan-pesan politik kepada masyarakat merupakan langkah dalam mengurangi biaya kampanye sehingga meminimalisir tindak pidana korupsi bagi kandidat jika terpilih dalam kontestasi pilkada. Berdasarkan data dari Tim Pemenangan kandidat, anggaran kampanye Husler-Budiman berada diangka Rp.873.540.000.

Langkah dalam pemilihan media sebagai strategi kampanye politik kandidat dalam jaringan:

1. Membuat akun media sosial yang biasa diakses oleh masyarakat seperti: instagram, facebook, twitter dan tiktok.
2. Membuat youtube yang menampilkan program-program kandidat.
3. Membangun kerjasama dengan portal media online.
4. Bekerjasama dengan studio foto dan perekaman terkait pembuatan konten kreatif terkait program dan framing kandidat yang akan diupload pada media sosial.

5. Menyusun anggaran untuk kebutuhan media.
6. Menunjuk devisi dalam tim pemenangan untuk senantiasa mengupload konten-konten kampanye kandidat.

Berdasarkan hasil observasi penulis di lapangan terkait pemilihan media sebagai Strategi Kampanye Politik Dalam Jaringan Bupati Terpilih 2020 di Kabupaten Luwu Timur, dalam rangka kegiatan membangun citra kandidat dan penyampaian pesan kampanye terkait program yang diusung kandidat, Tim pemenangan pasangan Husler-Budiman menggunakan beberapa pendekatan media sosial dan media elektronik. Penggunaan media ini sebagai wadah bagi kandidat dalam memasarkan program-program yang diusung. Pemilihan beberapa media dilakukan untuk menyentuh seluruh segmen pemilih di Luwu Timur. Di mana tidak semua masyarakat dapat mengakses media secara online karena ketidakpahaman menggunakan aplikasi atau terkendala jaringan internet, sehingga penggunaan media tradisional seperti baliho, pamflet dan brosur juga dilakukan. Untuk memaksimalkan kemenangan tidak seluruh agenda kampanye dilakukan secara virtual. Namun tetap ada juga seperti cara biasa yaitu tatap muka antara kandidat dengan konstituen dengan memperhatikan protokol kesehatan penanganan Covid-19.

C. Pembahasan

Berdasarkan dari hasil penelitian maka pada pembahasan penulis mencoba melakukan perbandingan teori dengan hasil penelitian penulis dengan penjabaran sebagai berikut:

1. Penetapan Komunikator

Pelaksanaan pemilihan umum kepala daerah, strategi politik bertolak dari konsep makna (*meanings*). Bahwa pada dasarnya strategi politik diartikan dari sebuah rangkaian aktivitas yang terencana, strategi dan taktis, untuk menyebarkan makna politik kepada para pemilih dan membentuk/menanamkan harapan, sikap, keyakinan, orientasi, dan perilaku pemilih. Selain itu, strategi politik merupakan langkah untuk membangun komunikasi dengan masyarakat. Melalui penentuan komunikator yang berkompoten dijadikan sebagai alat untuk memasarkan ide-ide utama setiap pasangan calon atau disebut juga produk politik kepada masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi penulis dilapangan terkait penetapan komunikator sebagai sebuah Strategi Kampanye Politik Dalam Jaringan Bupati Terpilih 2020 di Kabupaten Luwu Timur, dimana komunikator merupakan sosok yang mengarahkan kegiatan kampanye politik. Sehingga dalam pemilihan sosok komunikator, kandidat bersama partai pengusung dan tim pemenang menentukan komunikator berdasarkan ketokohnya dalam masyarakat. Selain itu komunikator harus memahami keseluruhan program serta mampu menyampaikan program tersebut secara terbuka kepada masyarakat. Adapun komunikator yang ditunjuk oleh pasangan Husler-Budiman dalam pilkada Luwu Timur Tahun 2020 adalah Pak Mahading yang merupakan salah satu anggota dewan perwakilan rakyat daerah (DPRD) kabupaten Luwu Timur serta kader dari partai Golkar.

Dari hasil penelitian dan rujukan teori yang dibangun dapat dilihat tujuan penetapan komunikator pada proses pelaksanaan kampanye dalam jaringan di Luwu Timur 2020, pemilihan komunikator didasari atas kemampuan manajerial dalam menyusun agenda kampanye, untuk memperkenalkan kandidat, mensosialisasi visi, misi dan program kerja dan mempengaruhi opini public sehingga mengarah kepada kandidat yang diusung.

2. Menetapkan target dan sasaran

Sasaran dalam kegiatan kampanye adalah anggota masyarakat yang diharapkan dapat memberikan dukungan dalam bentuk pemberian suara kepada partai atau kandidat dalam Pemilihan Umum. Mereka adalah pengusaha, pegawai negeri, buruh, pemuda, perempuan, mahasiswa, dan sebagainya. Jumlah suara yang ditargetkan perlu dirumuskan dengan memahami sebaran wilayah, segmentasi pemilih, sasaran pemilih, dan kecenderungan pemilih. Hal-hal tersebut penting untuk bahan kalkulasi. Semakin dalam informasi yang diperoleh, perhitungan atau prediksi dapat semakin bisa diandalkan.

Berdasarkan hasil observasi penulis di lapangan terkait menetapkan target dan sasaran sebagai Strategi Kampanye Politik Dalam Jaringan Bupati Terpilih 2020 di Kabupaten Luwu Timur, penentuan target dan sasaran berdasarkan segmen-segmen tertentu mulai dari usia, pekerjaan, gender serta wilayah pemukiman masyarakat. Pengelompokan target dan sasaran pemilih sebagai upaya untuk menjawab kebutuhan masing-masing

segmen yang dibuat dalam bentuk program-program kandidat. Berkenaan dengan pelaksanaan kampanye secara virtual tim pemenangan membuat gambaran yang dikemas dalam bentuk video yang kemudian akan dipaparkan terhadap target dan sasaran berdasarkan permasalahan yang terjadi. Sehingga semua kelompok masyarakat yang ada di Luwu Timur dapat memahami dan memastikan bahwa segala kebutuhan telah tercakup dalam program-program kandidat.

Dari hasil penelitian dan rujukan teori yang dibangun dapat dilihat penentuan target dan sasaran yang dilakukan tim pemenangan kandidat terpilih di Kabupaten Luwu Timur tahun 2020 merupakan langkah penetapan strategi dalam memahami masing-masing kebutuhan pemilih. Hal tersebut akan memudahkan menganalisis kebutuhan setiap kelompok yang ada dalam masyarakat untuk dikaitkan dengan program kandidat sebagai upaya mengarahkan dukungan masyarakat terhadap kandidat yang diusung.

3. Menyusun Pesan

Kesuksesan setiap kampanye selalu hadir para perancang pesan yang sensitif dan kreatif. Para perancang tersebut mempunyai kepekaan untuk mengidentifikasi khalayaknya dan memiliki kreativitas dan mendesain pesan sesuai ciri-ciri umum khalayak yang menjadi sasaran utama. Pesan atau isu sangat penting dalam meningkatkan nilai jual kandidat. Kandidat atau calon akan berupaya untuk memaksimalkan dan meyakinkan masyarakat dengan pesan yang ia sampaikan. Singkatnya, pesan-pesan itu

disampaikan semenarik mungkin agar calon pemilih dapat tertarik untuk memilihnya.

Berdasarkan hasil observasi penulis dilapangan terkait menyusun pesan sebagai Strategi Kampanye Politik Dalam Jaringan Bupati Terpilih 2020 di Kabupaten Luwu Timur, dimana pesan-pesan yang disusun berisi informasi terkait program-program kandidat, visi-misi kandidat serta framing kandidat yang menggambarkan sosok kandidat yang merakyat. Pesan yang disampaikan tergantung proses penggunaan media yang digunakan serta kelompok sasaran yang akan mengakses informasi tersebut. Sehingga proses penyebaran informasi dapat diakses seluruh masyarakat sebagai pemilih serta melalui informasi tersebut menjadi keputusan bagi masyarakat dalam menentukan pilihannya.

Dari hasil penelitian dan rujukan teori yang dibangun proses menyusun pesan sebagai kegiatan kampanye politik dalam jaringan, berisikan informasi terkait program kandidat. Pesan tersebut disusun secara kreatif oleh komunikator untuk menjawab segala permasalahan dan kebutuhan masyarakat melalui program-program yang ditawarkan kandidat pada saat kegiatan kampanye.

4. Pemilihan Media

Perkembangan TIK telah mendorong lahirnya komunikasi media baru. Komunikasi media baru seperti Web 2.0 memiliki alternatif media komunikasi yaitu media sosial telah meningkatkan efisiensi dan efektivitas komunikasi publik. Penggunaan media sosial saat ini tidak terbatas pada

percakapan sehari-hari, tetapi telah diperluas ke komunikasi politik. Saluran atau media politik ialah alat atau sarana yang digunakan oleh para komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan politiknya. Misalnya media cetak, media elektronik, media online, sosialisasi, komunikasi kelompok yang dilakukan partai, organisasi masyarakat, dsb.

Berdasarkan hasil observasi penulis di lapangan terkait pemilihan media sebagai Strategi Kampanye Politik Dalam Jaringan Bupati Terpilih 2020 di Kabupaten Luwu Timur, dalam rangka kegiatan membangun citra kandidat dan penyampaian pesan kampanye terkait program yang diusung kandidat, Tim pemenangan pasangan Husler-Budiman menggunakan beberapa pendekatan media sosial dan media elektronik. Penggunaan media ini sebagai wadah bagi kandidat dalam memasarkan program-program yang diusung. Pemilihan beberapa media dilakukan untuk menyentuh seluruh segmen pemilih di Luwu Timur.

Dari hasil penelitian dan rujukan teori yang dibangun penggunaan media elektronik pada kegiatan kampanye politik di Luwu Timur 2020 sebagai wadah yang digunakan oleh aktor politik untuk menyampaikan program-program serta visi misi kandidat kepada masyarakat. Hal tersebut bertujuan dalam mempengaruhi masyarakat agar mengarahkan dukungan dan pilihan terhadap kandidat yang diusung.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terkait penelitian tentang Strategi Kampanye Politik Dalam Jaringan Bupati Terpilih 2020 di Kabupaten Luwu Timur maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Penetapan komunikator, pemilihan komunikator difokuskan kepada seseorang yang dapat mengarahkan kegiatan kampanye secara virtual dan mempunyai kemampuan dalam menggunakan teknologi informasi serta dapat menyampaikan pesan politik kepada masyarakat secara singkat, mudah dipahami dan dapat diterima.
2. Menetapkan target sasaran, kegiatan kampanye virtual diarahkan disetiap wilayah yang ada di Kabupaten Luwu Timur untuk dapat menyentuh seluruh lapisan masyarakat dalam menyampaikan visi-misi serta program prioritas kandidat.
3. Menyusun pesan, informasi yang berkaitan dengan visi-misi, program unggulan, serta citra pasangan Husler-Budiman yang menjadi bahan kampanye virtual untuk diinformasikan kepada masyarakat melalui aplikasi zoom dan pendekatan media sosial.
4. Pemilihan media, aturan kampanye dalam jaringan membuat tim pemenangan membentuk akun media sosial untuk kegiatan kampanye. Begitupun penggunaan berita online untuk meningkatkan citra kandidat dan pemasangan baliho serta pembagian brosur kampanye.

B. Saran

Adapun saran dan rekomendasi penulis dari hasil penelitian tentang Strategi Kampanye Politik Dalam Jaringan Bupati Terpilih 2020 yaitu:

1. Bagi kandidat, perencanaan kampanye virtual hendaknya disusun berdasarkan analisa internal dan eksternal, sehingga diperoleh rumusan perencanaan yang komprehensif dan dapat diaplikasikan dengan baik.
2. Bagi tim pemenangan dan partai pengusung, dalam hal kegiatan kampanye secara daring agar terlebih dahulu melengkapi sarana dan prasarana yang dibutuhkan konstituen agar proses pelaksanaan kampanye secara daring dapat terlaksana dengan baik.
3. Bagi masyarakat, sebagai seorang pemilih yang baik, dalam penggunaan media sosial hendaknya tidak melakukan ujaran kebencian bagi kandidat lain serta senantiasa menggunakan media sosial dengan baik dan bijak.

DAFTAR PUSTAKA

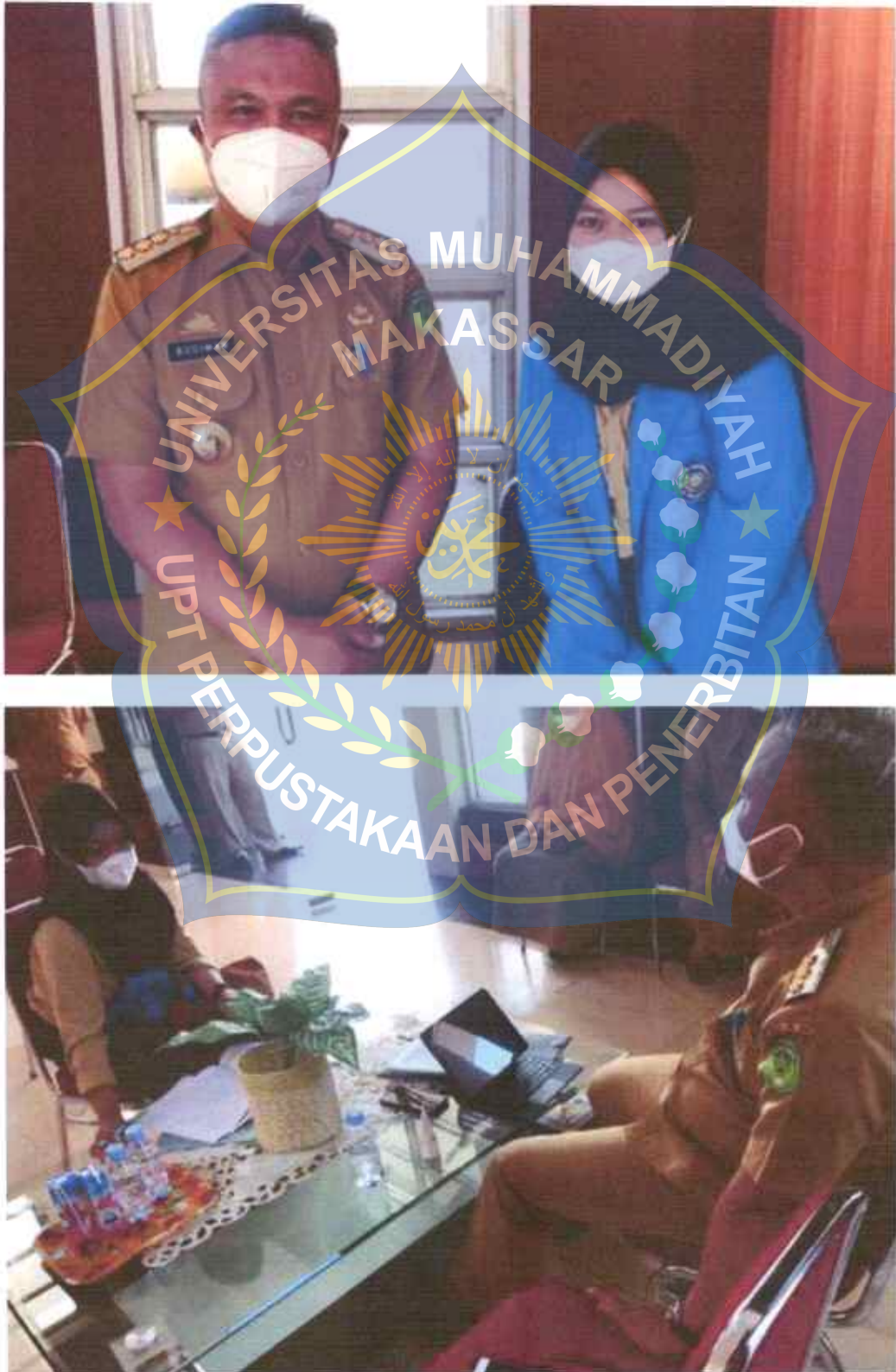
- Agusrinal, D. D. (2014). Perancangan Strategi Pemasaran Pada Produk Anyaman Pandan. *Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*.
- Ahmad, N. (2012). *Manajemen Komunikasi Politik dan Marketing Politik (Sejarah, Perspektif, dan Perkembangan Riset)* (Issue October 2016).
- Amalia Untarni, F., & Rahman, Y. (2016). Perancangan Kampanye Sosial Meningkatkan Minat Baca Anak Melalui Bapusipda Di Kota Bandung. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*. <https://doi.org/10.25124/demandia.v1i02.277>
- Amruddin, A. (2020). Pilkada Serentak Dan Potensi Konflik Di Sulawesi-Selatan. *Jurnal Arajang*. <https://doi.org/10.31605/arajang.v3i1.584>
- Budio, S. (2019). Strategi Manajemen. *Jurnal Menata*.
- Cangara, H. (2009). *Komunikasi Politik*. Raja Grafindo Persada.
- Dewanti, S. C. (2020). Kebijakan Kampanye Secara Daring Pada Pilkada Serentak 2020. *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI*.
- Dhani, F. W. (2019). Komunikasi Politik Berbasis Politik Identitas Dalam Kampanye Pilkada. *Metacommunication: Journal of Communication Studies*. <https://doi.org/10.20527/mc.v4i1.6360>
- Efriza. (2012). *Political Explore Sebuah kajian Ilmu Politik*. Penerbit Alfabeta.
- Fatimah, S. (2018). Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu. *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*.
- Hamid, D. (2015). Konsep Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis. *Modul Kebijakan Bisnis*.
- Hamid, H. (2018). Peran Pemerintah Daerah Dalam Pemberdayaan Petani Padi Di Kecamatan Pallangga, Kabupaten Gowa, Provinsi Sulawesi Selatan. *Khazanah Ilmu Berazam*.
- Handayani, F. S. (2015). Elektabilitas Partai Demokrat Dalam Pemilukada Di Papua Barat Tahun 2013. *Otoritas: Jurnal Ilmu Pemerintahan*. <https://doi.org/10.26618/ojip.v5i1.104>
- Handono, S. (2017). Implikatur Kampanye Politik Dalam Kain Rentang Di Ruang Publik. *Aksara*. <https://doi.org/10.29255/aksara.v29i2.52.253-266>

- Marwansyah. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Kedua). Alfabeta.
- Moita, S., Sarmadan, Kasim, S. S., & Bahtiar. (2020). Penyuluhan Strategi Penguatan Partisipasi Masyarakat dalam Menghadapi Pandemi COVID - 19. *Andidas*.
- Nur, E. (2019). Strategi Komunikasi Tim Sukses Pada Kampanye Politik Untuk Memenangkan Calon Legislatif Makassar. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*. <https://doi.org/10.17933/diakom.v2i1.33>
- Prawitasari, I., & Erowati, D. (2021). Efektivitas Pilkada Serentak Tahun 2020 di Tengah Pandemi Covid-19 Indonesia. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. <https://doi.org/10.34007/jehss.v3i3.517>
- Seran, G. G. (2019). Konstitusionalitas dan Desain Pemiluakda Langsung Serentak Nasional. *Jurnal Konstitusi*. <https://doi.org/10.31078/jk16310>
- Siwu, H. F. D. (2019). Strategi Pertumbuhan Dan Pembangunan Ekonomi Daerah. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*. <https://doi.org/10.35794/jpekda.16464.19.3.2017>
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D) Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D). In *Metodelogi Penelitian*.
- Supriyadi, S. (2020). Menakar Nilai Keadilan Penyelenggaraan Pilkada 2020 di Tengah Pandemi Covid-19. *Kanun Jurnal Ilmu Hukum*. <https://doi.org/10.24815/kanun.v22i3.17466>
- sutrisno, cucu. (2017). Partisipasi Warga Negara Dalam Pilkada. *Jurnal Pancasila Dan Kewarganegaraan*. <https://doi.org/10.24269/v2.n2.2017.36-48>
- Tjahjo Kumolo. (2015). Politik Hukum Pilkada Serentak. In *Politik Hukum Pilkada Serentak*.
- Wibowo, E. A. (2018). Akuntabilitas Partai Politik Dan Elektabilitas Partai Politik: Studi Kasus Pada Partai Politik Peserta Pemilu Di Propinsi Diy Tahun 2014. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*. <https://doi.org/10.21460/jrak.2018.141.297>
- Wibowo, E. A., Muradi, M., & Sudirman, A. (2019). Strategi Sosialisasi Politik Dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Perempuan Pada Pilkada Serentak Di Kota Magelang. *CosmoGov*.

Widyanto, G., Putri, N. A., Komunikasi, F. I., Gunadarma, U., Data, P., & Politik, M. (2014). *Pencitraan Melalui Media Dan*. 219–224.



DOKUMENTASI











PEMERINTAH KABUPATEN LUWU TIMUR
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Jln. Soekarno-Hatta HP: 08 12345 777 56
 email : kppt@luwutimurkab.go.id website : dpmpstsp.luwutimurkab.go.id
MALILI, 91981

Malili, 4 Maret 2022

Nomor : 070/051/DPMPSTSP-LT/2022
 Lampiran : -
 Perihal : Izin Penelitian

Kepada
 Yth Camat Malili
 Di -
 Kab. Luwu Timur

Berdasarkan Surat Rekomendasi Tim teknis tanggal 04 Maret 2022 Nomor 051/KesbangPol/16/2022, tentang Izin Penelitian.

Dengan ini disampaikan bahwa yang tersebut namanya di bawah ini :

Nama : **NADIA SUHMAWATI**
 Alamat : **Ds. Todulako, Kec. Tomoni**
 Tempat / Tgl Lahir : **Tomoni / 24 Februari 2000**
 Pekerjaan : **Mahasiswa**
 Nomor Telepon : **081241262373**
 Nomor Induk Mahasiswa : **105641100718**
 Program Studi : **Ilmu Pemerintahan**
 Lembaga : **UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Bermaksud melakukan Penelitian di daerah/instansi Bapak/Ibu sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul:

"STRATEGI KAMPANYE POLITIK DALAM JARINGAN BUPATI TERPILIH 2020 DI KABUPATEN LUWU TIMUR"

Mulai : 4 Maret 2022 s.d. 4 April 2022

Sehubungan hal tersebut di atas, pada prinsipnya Pemkab Luwu Timur dapat menyesuaikan kegiatan tersebut dengan ketentuan:

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan penelitian, kepada yang bersangkutan harus melapor kepada pemerintah setempat.
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan.
3. Menaatinya semua Peraturan, Peraturan-Undang yang berlaku, serta mengindahkan adat istiadat Daerah setempat.
4. Menyerahkan 1 (satu) eksemplar hasil hasil Laporan Kegiatan, lambat-lambatnya 7 (tujuh) hari setelah kegiatan dilaksanakan kepada Bupati Luwu Timur Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kabupaten Luwu Timur.
5. Surat izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin tidak menaati ketentuan tersebut di atas.

Demikian disampaikan untuk diketahui.



Tembusan : disampaikan kepada m:

1. Bupati Luwu Timur (sebagai Laporan di Malili)
2. Ketua DPRD Luwu Timur di Malili
3. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik
4. Dekan UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR di Tempel
5. Sdr. [NADIA SUHMAWATI] di Tempel.



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**

Alamat Kantor: Jl. Sultan Alauddin NO 259 Makassar 90221 Tlp. (0411) 866972, 881593, Fax. (0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Nadia Sukmawati
NIM : 105641100718
Program Studi : Ilmu Pemerintahan

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	6 %	10 %
2	Bab 2	8 %	25 %
3	Bab 3	5 %	10 %
4	Bab 4	8 %	10 %
5	Bab 5	3 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan
Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan
seperlunya.

Makassar, 19 April 2022
Mengetahui

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,

Nursinah, S. Hom, M.I.P.
NBM 964 591

Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222
Telepon (0411)866972, 881 593, fax (0411)865 588
Website: www.library.unismuh.ac.id
E-mail : perpustakaan@unismuh.ac.id

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Nadia sukrawati , lahir di Luwu Timur pada tanggal 24 Februari 2000, penulis merupakan anak kedua dari 2 bersaudara, dari pasangan bapak Sukman dan Ibu Fatmawati, penulis menyelesaikan pendidikan dibangku SDN 123 Tarengge tamat pada tahun 2012, dan melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Tomoni tamat pada tahun 2015, dan melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 8 Luwu Timur tamat pada tahun 2018. Penulis melanjutkan pendidikan Strata 1 (S1) di Universitas Muhammadiyah Makassar Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik pada tahun 2018 dan mendapatkan gelar S1 Pada program studi Ilmu pemerintahan dengan Judul “ Strategi kampanye Politik Dalam Jaringan Bupati Terpilih 2020 Dikabupaten Luwu Timur”.