

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PASANGAN DEWANTI-PUNJUL PADA PILKADA KOTA BATU TAHUN 2017

Wisnu Bangun Saputra, Akhirul Aminulloh

Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang,

Email: wisnubangunsaputra@gmail.com

***Abstract:** The Local elections of Batu city in 2017 were the spotlight of the public media, regarding the Dewanti-Punjul victory, since Dewanti failed in the Malang local elections and the Malang Regency elections. So the question arises what kind of political communication strategy used in the Elections of Batu city's regional head in 2017, and what kind of media is the factor of Dewanti-Punjul's victory. In this study used qualitative research methods with data collection steps through documentation and in-depth interviews with informants obtained through purposive sampling techniques. To measure the validity of the data is done through source triangulation techniques and time triangulation. From the research that has been conducted, it can be concluded that; (1) the strategy of political communication in the campaign using a systematic persuasive approach, and using the emotional and cultural and religious approaches, has proved effective; (2) making failure evaluation as the basis of political communication strategy; (3) the professionalism and commitment of successful teams and volunteers in carrying out political work, spearheading the winners of dewanti-punjul; (4) the role of the media in the campaign period is not very significant in the winning dewanti-punjul.*

***Keywords:** Strategy, Political Communication, Local Election*

Abstrak: Pilkada kota Batu tahun 2017 menjadi sorotan media publik, mengenai kemenangan pasangan Dewanti-Punjul, mengingat Dewanti pernah gagal dalam dalam pilkada kota Malang dan Pilkada Kabupaten Malang. Sehingga muncul pertanyaan strategi komunikasi politik seperti apa yang digunakan dalam pilkada kota Batu tahun 2017, serta media apa saja yang menjadi faktor kemenangan Dewanti Punjul. Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian kualitatif dengan langkah pengumpulan data melalui dokumentasi dan wawancara yang mendalam dengan informan yang diperoleh melalui teknik *purposive sampling*. Untuk mengukur keabsahan data dilakukan melalui teknik triangulasi sumber dan triangulasi waktu. Dari penelitian yang telah dilaksanakan diperoleh suatu kesimpulan; (1) strategi komunikasi politik dalam kampanye menggunakan pendekatan secara persuasif yang sistematis, serta menggunakan pendekatan emosional dan kultural serta agama, terbukti efektif; (2) menjadikan evaluasi kegagalan sebagai dasar strategi komunikasi politik; (3) profesionalitas dan komitmen tim sukses maupun relawan dalam melaksanakan kerja politik, menjadi ujung tombak pemenangan dewanti-punjul; (4) peran media dalam masa kampanye tidak terlalu signifikan dalam pemenangan pasangan dewanti-punjul

Kata Kunci : Strategi, Komunikasi Politik, Pilkada

PENDAHULUAN

Sebagai negara demokrasi pemilihan umum (Pemilu) dianggap sebagai lambang tolak ukur dari demokrasi, dimana dalam pelaksanaannya dianggap mencerminkan partisipasi dan aspirasi masyarakat. Pemilu adalah suatu proses di mana para pemilih memilih orang-orang untuk mengisi jabatan-jabatan tertentu walikota (Budiardjo, 2008:17).

Selain Pemilihan umum, pemilihan kepala daerah juga dilaksanakan secara demokrasi dimana kepala daerah dan wakil kepala daerah dipilih dalam satu pasangan calon yang dilaksanakan secara demokratis berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil. Akhir-akhir ini pemberitaan yang sering dibahas dalam media massa adalah fenomena pemilihan kepala daerah

(Pilkada) serempak pada Tahun 2017. Selain DKI Jakarta, pemilihan kepala daerah juga berlangsung di Kota Batu, Jawa Timur (*nasional.kompas.com*, 2016)

Dalam pilkada Kota Batu terdapat empat pasangan yang mendaftarkan diri, antara lain Dewanti Rumpoko-Punjul Santoso, Rudi-Sujono, Gus Din-Angga, dan Majid-Kasmuri. Hal menarik yang menjadi sorotan media massa dalam pilkada Kota Batu adalah paslon Dewanti Rumpoko-Punjul Santoso, di mana Dewanti yang merupakan istri dari Wali Kota Batu, Eddy Rumpoko, yang nantinya diharapkan bisa meneruskan kepemimpinan suaminya, sedangkan Punjul Santoso merupakan mantan wakil walikota Kota Batu berpasangan dengan Walikota Batu Eddy Rumpoko. Sebelumnya Dewanti pernah mencalonkan diri sebagai walikota Kota Malang pada Tahun 1999 dan Bupati Kabupaten Malang pada Tahun 2015 namun gagal dan akhirnya mencoba mencalonkan diri kembali pada pilkada Kota Batu Tahun 2017 (*news.detik.com*, diakses pada 20 April 2017)

Pada akhirnya hasil rekapitulasi perolehan suara oleh KPUD Kota Batu menunjukkan bahwa Pilkada Kota Batu Tahun 2017 dimenangkan oleh pasangan Dewanti Rumpoko dan Punjul Santoso, dengan perolehan suara 51.754 suara. Perolehan suara Dewanti Rumpoko ini jauh dari lawan-lawannya. Pasangan Rudi-Sujono Djonet 24.228 suara, pasangan Hairuddin-Angga 20.508 suara, dan pasangan Abdul. Kemenangan pasangan yang diusung oleh lima partai antara lain, PDI-P, Golkar, PKS, Hanura dan Gerindra tersebut pastinya bukan perkara mudah, perlu pengalaman dalam merumuskan strategi komunikasi politik yang tepat dan menggunakan media yang tepat guna menarik simpati masyarakat.

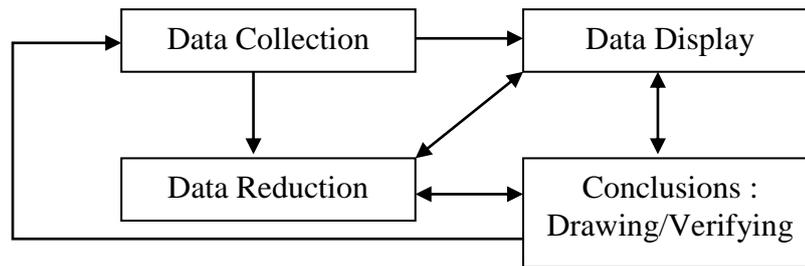
Berdasarkan uraian diatas maka adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan oleh pasangan Dewanti-Punjul dalam Pilkada Kota Batu Tahun 2017, serta media apa saja yang digunakan dalam komunikasi politik pasangan tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kota Batu selama jangka waktu penelitian satu bulan. Bentuk dan strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif yang mengarah pada analisis proses dan proses berfikir secara induktif yang berkaitan dengan dinamika hubungan antara fenomena yang diamati dan senantiasa menggunakan logika ilmiah (Gunawan, 2014:80). Studi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus pada Dewan Pimpinan Cabang (DPC) PDIP Kota Batu.

Penelitian ini menggunakan dua metode pengumpulan data, yaitu wawancara mendalam dan dokumentasi dokumen-dokumen. Wawancara mendalam yang dilakukan adalah berdialog secara langsung dengan focus pembicaraan tertentu. Dalam menentukan sampling untuk wawancara menggunakan teknik *purposive sampling*, teknik ini memiliki kecenderungan untuk memilih informan yang terkait langsung dengan fenomena atau dianggap mengetahui informasi secara langsung (Sugiyono, 2011:81-82) wawancara mendalam dilakukan pada semua informan yang meliputi: a) Ketua Dewan Pimpinan Cabang (DPC) PDIP, Golkar, PKS, Gerindra dan Hanura; b) Ketua tim sukses kampanye Pasangan Dewanti-Punjul; c) Perwakilan tim relawan sahabat dewanti; d) Pasangan Dewanti-Punjul. Dokumentasi dokumen, mengumpulkan semua dokumen pendukung yang mampu memperjelas data utama yang berasal dokumen atau arsip resmi yang didapat dari informan. Data tersebut antara lain arsip pencalonan pasangan dewanti-punjul, struktur tim kampanye, pendanaan dan rekapitulasi suara, serta arsip pemetaan target kampanye.

Proses analisis yang digunakan yaitu menggunakan model analisis triangulasi, menurut Miles & Huberman (1992: 53), model analisis interaktif ini ada tiga komponen analisisnya yaitu reduksi data, sajian data, dan penarikan simpulan atau verifikasinya, aktivitasnya dilakukan dalam bentuk interaktif dengan proses pengumpulan data sebagai suatu proses siklus. Proses analisis interaktif dapat digambarkan dengan skema gambar 1.



Bagan 1. Bagan verifikasi data (Miles dan Huberman, 1992)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi Politik Pasangan Dewanti Punjul pada Pilkada Kota Batu 2017

Pasangan Dewanti Punjul diusung oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) dan didukung oleh empat partai yaitu, Golkar, PKS, Gerindra dan Hanura dalam Pilkada Kota Batu 2017. Untuk mencapai kemenangan partai pengusung dan pendukung membentuk suatu koalisi tim sukses guna membentuk perencanaan strategi komunikasi politik pemenangan. Penyusunan strategi yang matang memiliki tujuan untuk memposisikan organisasi bersangkutan dalam mencapai keberhasilan yang berkesinambungan atau strategi bisa disebutkan sebagai alternatif yang dipilih berdasarkan perkiraan optimalitas dalam rangka mencapai suatu tujuan (Thompson & Strickland, 2001:3).

Dalam pelaksanaannya tim sukses menggunakan metode komunikasi intrapersonal dan komunikasi publik, dengan pendekatan empati dan hemofili. Dewanti rumpoko sering kali melakukan kunjungan semasa menjabat sebagai Ketua PKK Kota Batu, dari sana Dewanti mampu memposisikan diri untuk memahami keluhan-keluhan tentang keperempuanan dan kepemudaan. Empati sendiri merupakan kesanggupan seseorang melihat diri sendiri ke dalam situasi orang lain, dan kemudian melakukan penyesuaian (Larner,1978:34) Hal ini dapat dilihat dari kegiatan tim sukses dalam melaksanakan strategi komunikasi politik, dalam hal ini penonjolan nilai-nilai dan harkat manusia dengan melakukan beberapa kegiatan antara lain: (a) Blusukan, blusukan dilakukan di lokasi-lokasi yang sudah ditentukan melalui observasi tim sukses, lokasi tersebut adalah Pandanrejo, Bumiaji, Punten, Tulungrejo, Sumbergondo, dan Gunungsari. Selain ke desa Dewanti-Punjul juga melakukan blusukan ke Pasar Kota Batu. Blusukan dilakukan untuk membentuk interaksi dan menciptakan empati dari masyarakat. (b) Kunjungan ke Pondok Pesantren, kunjungan Dewanti-Punjul dilaksanakan guna meminta doa dan restu kepada para tokoh agama di Kota Batu, adapun pondok pesantren yang dikunjungi antara lain; Pondok Pesantren Darus Salam Kedung Giripurno, Pondok Pesantren Tegal Rejo Darussalam Bulu Kerto Cangar, dan Pondok Pesantren Darul Muta'allim. (c) Sosialisasi Pentingnya Pilkada, Selain blusukan dan kunjungan ke Pondok Pesantren, Dewanti-Punjul beserta tim sukses juga mengadakan sosialisasi pentingnya pilkada di beberapa pos pemenangan. (d) Pembagian Bantuan, pembagian bantuan ini lebih ditujukan kepada para lansia, anak yatim, dan janda, di beberapa desa di Kota Batu, melalui program PKK dan Kepemudaan. Kegiatan ini dilakukan sebelum masa kampanye dan penetapan calon.

Kedua teori tersebut sangat relevan dalam komunikasi intrapersonal, baik dalam komunikasi sosial, maupun dalam komunikasi politik (Arifin, 2003:557) Hal ini efektif untuk menarik simpati masyarakat dan menguatkan elektabilitas masyarakat terhadap pasangan Dewanti-Punjul, terbukti

dalam perolehan suara unggul mutlak di tiga kecamatan: Batu, Bumiaji, dan Junrejo. Pasangan Dewanti-Punjul mendapat perolehan suara terbanyak di Junrejo. Yakni 47,9 persen atau 13.322 suara.

Selain tim sukses kampanye partai, tim relawan sahabat Dewanti juga memiliki strategi taktis yang tepat Menjelang pilkada, sahabat dewanti secara intensif melakukan pemetaan politik terkait pemilih pemula dan potensi golongan putih, serta teap berkoordinasi dengan posko-posko sahabat dewanti di setia kecamatan. Secara struktural relawan sahabat dewanti tidak ada korelasi dengan tim sukses partai, namun secraa ideologi relawan memiliki tujuan yang sama yaitu memenangkan pasangan dewanti-punjul pada pilkada Kota Batu 2017. Hal tersebut sangat efektif untuk menekan jumlah golput dan menggiring untuk memilih pasangan Dewanti-Punjul, dibuktikan dengan data KPUD Kota Batu bahwa partisipasi politik masyarakat saat pilkada mencapai 81,2%. Dari 149.258 pemilih, sebanyak 121.128 menggunakan hak pilihnya. Jadi sejumlah 28.120 orang tidak menggunakan hak pilihnya (www.KPUD).

Untuk menjalankan strategi tersebut dibutuhkan dana yang tidak sedikit, oleh karena itu pasangan Dewanti-Punjul sudah mempersiapkan pendanaan yang telah diverifikasi oleh KPUD Kota Batu yaitu senilai Rp. 120.000.000,- (Seratus Dua Puluh Juta Rupiah). Adapun dana tersebut didapatkan dari hasil Gotong Royong seluruh pengurus Struktural PDIP Kota Batu selain dana pribadi pasangan Dewanti-Punjul yang dilaporkan ke KPUD yang sebesar Rp. 70.000.000,- (Tujuh Puluh Juta Rupiah). Sedangkan dana hasil iuran seluruh pengurus PDIP Kota Batu adalah sebesar Rp. 50.000.000,- (Lima Puluh Juta Rupiah)

Media Komunikasi Politik Pasangan Dewanti Punjul pada Pilkada Kota Batu 2017

Pada masa kampanye tim sukses tidak begitu aktif dalam melakukan sosialisai melalui beberapa media. Namun di sisi lain media massa juga dapat sebagai forum untuk mempresentasikan berbagai informasi dan ide-ide kepada khalayak, sehingga memungkinkan terjadinya tanggapan dan umpan balik (McQuail, 2000:51) Adapun media yang digunakan anatara lain; 1. Media Elektronik (Televisi dan Radio), 2. Media Cetak (Koran, Brosur dan Pamflet), 3. Media Online (*Website, Facebook, dan Youtube*). Dari keempat media tersebut hanya dua media yang efektif dalam meningkatkan empati dan simpati masyarkat, yaitu media cetak, hal ini dibuktikan dengan data KPUD Kota Batu bahwa partisipasi politik masyarakat saat pilkada mencapai 81,2%. Dari 149.258 pemilih, sebanyak 121.128 menggunakan hak pilihnya. Jadi sejumlah 28.120 orang tidak menggunakan hak pilihnya.

Selain media cetak, media *online* dalam hal ini adalah *fanspage facebook* juga efektif untuk menarik simpati kalangan anak muda dan komunitas terbukti interaksi yang terjalin dalam *fanspage* Sahabat Dewanti disukai oleh 469 orang dan 473 orang mengikuti. Mungkin terlihat sedikit, namun fanspage tersebut aktif memposting semua hal tentang kegiatan Dewanti, serta hal mengenai literasi pemilu .

Sedangkan untuk televisi, *website dan youtube channel* tidak terlalu berpengaruh terhadap menarik simpati, dibuktikan berdasarkan pemilihan waktu iklan, dan jumlah interaksi di media tersebut. *Youtube Channel* sahabat dewanti sangat jarang mengunggah video terkait kegiatan maupun sosialisasi kampanye pasangan Dewanti-Punjul, dapat dilihat dari jumlah yang berlangganan (*Subscribe*) hanya satu orang dan hanya memiliki lima video yang diunggah dan rata-rata jumlah di tonton hanya 272 kali di tonton dalam enam bulan.

KESIMPULAN

Dari paparan diatas maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, terkait dengan strategi komunikasi politik yang digunakan dalam pemenangan pasangan Dewanti-Punjul dilakukan melalui

beberapa cara pendekatan antara lain, blusukan ke desa, kunjungan ke pondok pesantren, melakukan kampanye terbuka di pasar, sosialisasi pentingnya pilkada, penyaluran bantuan sembako melalui kegiatan pkk dan ormas. peran popularitas pasangan dewanti-punjul sangat besar dalam memenangkan pilkada kota batu 2017. Selain itu peran Eddy Rumpoko juga berpengaruh dalam kemenangan pasangan Dewanti-Punjul, walaupun tidak terlalu tampak, namun jaringan dinasti dan jaringan politik Eddy Rumpoko sangat berguna dalam strategi pemenangan pasangan Dewanti-Pujul.

Selain strategi tersebut, peran media media juga memiliki dampak dalam pemilihan suara walaupun tidak begitu signifikan, adapun media yang digunakan dalam komunikasi politik pasangan Dewanti-Punjul adalah media cetak, elektronik dan media onlie, adapun dari beberapa media tersebut yang paling memiliki dampak adalah media kreatif kampanye yang dibuat oleh tim relawan dan digunakan dalam kampanye terbukti efektif menurunkan jumlah golput pada pilkada tahun 2016, juga mampu menarik empati para pemilih pemula di kota Batu, sehingga mampu membawa pasangan Dewanti-Punjul memenangkan Pikada Kota Batu 2017.

DAFTAR PUSTAKA

- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Lexy, Moeleong. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nimmo, Dan. 2005. *Komunikasi Politik. Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Firmanzah. 2008. *Marketing politik; Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Kompas.2017. *Rekapitulasi KPU Kota Batu Istri Pertahana Menang*. diakses pada 19 April 2017 di <http://regional.kompas.com/read/2017/02/23/16225501/rekapitulasi.kpu.kota.batu.istri.petahan.a.menang.telak>.
- Jawa Pos.2017.*Siapa Walikota Batu 2017-2021*. diakses pada 19 April 2017 di <http://www.jawapos.com/read/2017/02/15/109798/siapa-wali-kota-batu-2017-2021>.
- Aminulloh, Akhirul. 2010. *Komunikasi Politik Dakwah Partai Keadilan Sejahterah pada Pemilu legislatif 2009*. Malang: Jurnal ilmu komunikasi, Vol 8 No 1, Universitas Tribhuwana Tungadewi
- Pawito. 2009. *Komunikasi Politik: Media Massa dan Kampanye Pemilihan*. Yogyakarta: Jalasutra
- Venus, Antar. 2009. *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan kampanye komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.