

Kampanye Politik Dimasa Pandemi Pasangan Perseorangan Pemenang Pilkada Di Kabupaten Rejang Lebong Tahun 2020

Akbar Brilian Utama

Universitas Sebelas Maret

AkbarBrilianutama_24@student.uns.ac.id

Keywords:

Media,
Campaign,
Pilkada,
Covid-19,
Individual Couples

Abstract: *The 2020 Pilkada was held for the first time during the COVID-19 pandemic, this also had an impact on campaign activities as it is known that during the pandemic all outdoor activities were restricted. This study aims to find out what kind of campaign was carried out by the winning individual pair and the successful team in the 2020 Rejang Lebong Pilkada and the factors What just won the following pair Pilkada through track individual. This study uses qualitative methods with a constructivism paradigm, the research subjects are individual pairs and successful teams. Data collection techniques in the form of interviews and documentation. From the results of the study it can be concluded that the campaigns carried out were not much different from the previous Pilkada, but the use of social media was very important in campaigns carried out during the pandemic because all activities were limited, therefore social media had an important role during this period. campaign as well as There is six factor to be key partner individuals in Rejang Lebong Regency can won Pilkada in 2020, among others, based on Ethnopolitics, Dimensions party politics, Factor strength network , Aspects on the system governance, and Collection condition support (KTP).*

Kata Kunci:

Media,
Kampanye,
Pilkada,
Covid-19,
Pasangan perseorangan

Abstrak: Pilkada tahun 2020 untuk pertamakali nya dilaksanakan pada masa pandemi COVID-19, hal ini juga berdampak kepada aktivitas kampanye sebagaimana diketahui pada masa pandemi semua aktivitas luar ruang dibatasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kampanye seperti apa yang dilakukan pasangan perseorangan pemenang dan tim sukses pada Pilkada Rejang Lebong tahun 2020 dan faktor apa saja yang memenangkan pasangan yang mengikuti Pilkada melalui jalur perseorangan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan paradigma konstruktivisme, subjek penelitian merupakan pasangan perseorangan dan tim sukses. Teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kampanye yang dilakukan tidak berbeda jauh dengan Pilkada sebelumnya akan tetapi penggunaan media sosial menjadi sangat penting dalam kampanye yang dilakukan pada masa pandemi karena semua aktifitas dibatasi, maka dari itu media sosial memiliki peran penting pada masa kampanye serta ada enam faktor yang menjadi kunci pasangan perseorangan di Kabupaten Rejang Lebong dapat memenagkan Pilkada pada tahun 2020 antara lain Berdasarkan Etnopolitik, Dimensi partai politik, Faktor kekuatan jaringan, Aspek pada sistem pemerintahan, dan Pengumpulan syarat dukungan (KTP).

Article History:

Received: 15-03-2023

Online : 05-04-2023



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



A. LATAR BELAKANG

Pada tahun 2019 dunia dihebohkan dengan munculnya penyakit baru yang disebabkan oleh suatu virus, diketahui virus ini berasal dari Wuhan, China dan dikenal dengan nama virus corona. Awalnya virus ini diduga akibat paparan dari pasar grosir makanan laut Huanan yang menjual banyak spesies hewan hidup, dengan cepat penyakit ini menyebar di dalam negeri ke bagian lain China (Dong et al., 2020). Coronavirus Disease 2019 atau yang disingkat COVID-19 merupakan penyakit jenis baru yang belum pernah diidentifikasi sebelumnya pada manusia. Virus penyebab COVID-19 ini secara resmi dinamakan SARS-CoV-2 (Wu et al., 2020). Corona virus adalah keluarga besar penyebab penyakit pada hewan dan manusia. Pada manusia, beberapa corona virus diketahui menyebabkan infeksi pernafasan mulai dari flu biasa, hingga penyakit yang lebih parah seperti Middle East Respiratory Syndrome (MERS) dan Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS). COVID-19 menular melalui droplet atau percikan yang keluar saat seseorang yang terinfeksi batuk, bersin atau berbicara (WHO, 2020).

Di Indonesia dilaporkan pertamakali terdapat dua kasus yang terkonfirmasi terpapar virus COVID-19 pada 2 Maret 2020 (Djalante et al., 2020). Pasien yang terkonfirmasi COVID-19 di Indonesia bermula pada suatu acara di Jakarta dimana penderita melakukan kontak dengan seseorang warga Negara asing (WNA) asal Jepang yang tinggal di Malaysia. Setelah melakukan pertemuan penderita merasa demam, batuk dan sesak nafas (WHO, 2020). Baru pada tanggal 12 Maret 2020 World Health Organization (WHO) sebagai lembaga dunia yang bertanggung jawab dibidang kesehatan mengumumkan bahwa penyebaran Virus COVID-19 sebagai pandemic. Jumlah kasus di Indonesia terus meningkat setiap harinya tercatat pertanggal 13 Februari 2023 jumlah pasien positif sebanyak 6.732.968 jiwa, sembuh 6.568.109 jiwa, dan meninggal dunia berjumlah 160.870 jiwa (www.covid19.go.id). Pemerintah Indonesia yaitu melalui Menteri Kesehatan dan Satgas COVID-19 telah melakukan langkah-langkah pencegahan seperti melakukan Social Distancing atau menjaga jarak minimal 2 meter, menggunakan masker, mencuci tangan menggunakan handsanitizer, dan menghindari kerumunan. Hal ini dilakukan untuk memutus rantai penyebaran COVID-19 semakin meluas di Indonesia khususnya.

Ditengah merebaknya virus COVID-19, pemerintah Indonesia pada tahun 2020 tetap melaksanakan pemilihan umum serentak diberbagai daerah tercatat 270 wilayah di Indonesia yang mengikuti Pilkada serentak terbagi menjadi 9 provinsi (Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur), 37 Kota (Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota, dan 224 Kabupaten untuk pemilihan Bupati dan Wakil Bupati (www.kompas.com). Meskipun sempat terjadi polemik antara kelompok yang menginginkan penundaan pemilihan sampai COVID-19 dapat terkendali dan kelompok yang menghendaki pemilihan tetap dilanjutkan dengan menerapkan protocol kesehatan, Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia melalui Komisi II, Pemerintah yang diwakili Kementerian Dalam Negeri, Komisi Pemilihan Umum (KPU), Badan Pengawas Pemilihan Umum (Bawaslu dan Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu (DKPP), dengan berbagai pertimbangan, sepakat dan memutuskan untuk melanjutkan tahapan pelaksanaan pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah yang sempat tertunda.

Rejang Lebong merupakan salah satu kabupaten yang terletak di Provinsi Bengkulu turut serta dalam agenda pemilihan Kepala Daerah terdapat terdapat 4 pasangan calon yang berhasil memenuhi syarat yang ditetapkan Komisi Pemilihan Umum, 3 diantaranya melalui jalur partai politik/gabungan partai politik dan 1 nya melalui jalur perseorangan. Keempat pasangan tersebut menurut nomor urut yaitu :

Seminar Nasional LPPM UMMAT

Universitas Muhammadiyah Mataram

Mataram, 05 April 2023

ISSN 2964-6871 | Volume 2 April 2023

pp. 22-36

- A. DR. H. Muhammad Faisal, S.E, M.M.,MCDO dan Fatrolazi, S.E yang didukung oleh 5 partai politik dengan total jumlah kursi 14.
- B. Hj. Susilawati, S.E dan H. Ruswan YS, S.Sos didukung oleh 2 partai politik dengan jumlah kursi 8.
- C. Drs. Syamsu Effendi, M.M dan Hendra Wahyudiansyah satu satunya calon yang melalui jalur perseorangan dengan jumlah dukungan 21.323.
- D. M. Fikri Thobari, S.E dan Tarsisius Samuji, S.Pd didukung 2 partai politik dengan total jumlah kursi 6.

Berdasarkan Keputusan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Rejang Lebong Nomor : 05/PL.02.7-Kpt/1702/KPU-Kab/I/2021 tentang Penetapan pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati terpilih dalam Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Rejang Lebong Tahun 2020 menetapkan pasangan nomor urut 3 yang merupakan pasangan melalui jalur perseorangan atas nama Drs. Syamsu Effendi, M.M dan Hendra Wahyudiansyah memperoleh suara sebanyak 43.540 (Empat puluh tiga ribu lima ratus empat puluh) suara, 30,07% dari 144.800 suara sah.

Dengan ada nya virus Covid-19 yang menerpa seluruh dunia termasuk Indonesia, pencegahan dan antisipasi dilakukan seperti WFH (*Work From Home*) atau melakukan pekerjaan dirumah guna membatasi aktifitas diluar ruang, memakai masker, mencuci tangan menggunakan hand sanitizer secara berkala. Ada nya pembatasan dalam hal kampanye seperti yang tertuang dalam Peraturan KPU No. 13 Tahun 2020 pasal 1 no. 2 yakni; pada situasi ini, pemilihan serentak pada kondisi bencana non-alam Corona Virus Disease 2019 (COVID-19), kemudian disebut pemilihan serentak lanjutan adalah pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Wali Kota dan Wali Kota yang diselenggarakan jika pada sebagian wilayah pemilihan, seluruh besar daerah, atau seluruh daerah terjadi bencana nonalam Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) yang mengakibatkan sebagian tahapan penyelenggaraan pemilihan serentak tidak dapat melaksanakan secara normal. Adapun pada pasal 57 berbunyi; Kampanye pemilihan serentak lanjutan dapat dilaksanakan dengan metode;

- a. Pertemuan terbatas;
- b. Pertemuan tatapan muka dan dialog;
- c. Debat publik atau debat terbuka antar-Pasangan Calon;
- d. Penyebaran bahan kampanye kepada umum;
- e. Pemasangan alat peraga kampanye;
- f. Penayangan iklan kampanye di media massa cetak, media massa elektronik, media sosial, dan/atau media daring; dan/atau

Kegiatan lain yang tidak melanggar larangan kampanye dan ketentuan peraturan perundang-undangan. Peraturan yang telah disepakati demi kemanusiaan di masa pandemi Covid-19 maka dengan demikian untuk tetap bisa melakukan kampanye, tim pemenang akan melakukan program Kerjasama tim untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat berupa visi-misi serta program dari paslon menggunakan protokol kesehatan sesuai aturan. Hal ini membuat pasangan calon dan tim sukses melakukan beberapa perubahan pada strategi kampanye mengingat Pilkada 2020 berbeda dengan Pilkada sebelumnya.

Beberapa penelitian sebelumnya berkaitan dengan kampanye politik dimasa pandemi. Pertama, Strategi Kampanye Dalam Jaringan Pasangan Calon Wali Kota Solo di Masa Pandemi Covid-19 oleh (Sari, 2021:19-40), Studi ini membahas tentang kampanye dalam jaringan yang dilakukan oleh pasangan calon Walikota Solo yang akan berkontestasi pada Pemilihan Kepala Daerah tahun 2020. Kampanye dalam jaringan digunakan sebagai strategi pasangan calon untuk menjaring pemilih pada daerah pemilihan tanpa turun langsung ke lapangan dan menghindari kerumunan massa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kampanye politik yang dilakukan Gibran Rakabuming Raka-Teguh Prakosa dalam menjaring pemilih selama masa pandemi Covid-19. Studi ini menemukan bahwa kampanye dalam jaringan merupakan strategi efektif bagi pasangan calon untuk menjaring pemilih. Studi ini menggunakan literatur review sebagai metode penelitian. Studi ini menemukan bahwa kampanye dalam jaringan merupakan strategi efektif bagi pasangan calon untuk menjaring pemilih. Strategi yang digunakan oleh pasangan calon adalah penggunaan kampanye Box yang didalamnya terdapat layar yang tersambung dengan internet. Layar ini berfungsi agar pasangan calon dapat berinteraksi langsung dengan calon konstituen. Adanya Kampanye Box membuat Gibran Rakabuming Raka-Teguh Prakosa dapat menyapa warga satu per satu, memaparkan visi dan misi secara langsung kepada calon konstituen serta mendengarkan aspirasi masyarakat secara langsung. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi politik dan teori Modal Boerdieu. Implikasi praktis dari studi ini mendorong pemanfaatan Virtual Campaign sebagai inovasi baru menjaring pemilih pada masa Pandemi Covid-19.

Kedua, Strategi Kampanye Politik Pasangan Calon Bupati Dan Wakil Bupati Gresik Pada Pilkada 2020 Di Masa Pandemi Covid-19 oleh(Dewanti dan Sari, 2021:704-718). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi kampanye yang digunakan oleh kedua pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Gresik pada Pilkada 2020 di masa pandemi covid-19. Dalam masa pandemi covid berlaku protokol kesehatan yakni menggunakan masker, rajin mencuci tangan, menjaga jarak, menghindari kerumunan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan desain penelitian deskriptif. Pengambilan data dalam penelitian ini dengan cara observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini berjumlah tiga orang. Dalam menentukan informan menggunakan teknik purposive sampling. Penelitian ini dianalisis menggunakan teori strategi kampanye Hafied Cangara. Ada lima hal yang dapat digunakan dalam menetapkan strategi kampanye yang pertama yaitu penetapan juru kampanye, kemudian menetapkan target dan sasaran, menyusun pesan kampanye, pemilihan media komunikasi, dan yang terakhir produksi media. 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 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.

Ketiga, *The COVID-19 pandemic and the 2020 US presidential election* by (Baccini et al., 2021). Penelitian ini mengeksplorasi efek pandemi COVID-19 pada pemilihan presiden AS tahun 2020 menggunakan pendekatan bentuk rendah dan IV. Temuan utama adalah bahwa kasus COVID-19 menurunkan dukungan elektoral untuk Trump. Kontrafaktual sederhana menunjukkan bahwa jika kasus COVID-19 lima persen lebih rendah, Trump akan terpilih kembali. Penelitian ini menemukan bahwa dampak negatif dari kejadian COVID 19 pada dukungan Trump lebih kuat pada:

- (1) di negara bagian tanpa perintah tinggal di rumah,
- (2) di negara bagian yang dimenangkan Trump dalam pemilihan presiden 2016,
- (3) di negara bagian yang tidak stabil,
- (4) di kabupaten kota.

Tidak ditemukan bukti bahwa kondisi ekonomi yang memburuk mengurangi dukungan elektoral untuk Trump. Perkiraan 2SLS menunjukkan bukti bahwa kasus COVID-19 memengaruhi mobilisasi pemilih secara positif, membantu Biden memenangkan kursi kepresidenan. Setidaknya dua penjelasan konsisten dengan temuan ini. Pertama, pemilih mungkin secara elektoral memberikan sanksi kepada Trump atas caranya menangani pandemi, yang bertentangan dengan sebagian besar negara besar, dan dikritik secara luas. Kedua, beberapa pemilih mungkin telah beralih dari Trump ke Biden karena perubahan preferensi yang dipicu oleh pandemi dan resesi. Secara khusus, ancaman kesehatan masyarakat yang parah dan kerugian ekonomi yang besar mungkin telah mengubah preferensi demi perluasan jaring pengaman sosial.

Selanjutnya, *The footprint of campaign strategies in Farsi Twitter: A case for 2021 Iranian presidential election* by (Mohammadi et al., 2022) Maraknya media sosial yang dibarengi dengan Pandemi Covid-19 telah memicu terjadinya pergeseran paradigma kampanye kepresidenan di Iran dari dunia nyata ke media sosial. Pendekatan yang digunakan untuk pengumpulan data, kemudian menguraikan konfigurasi jaringan, dan terakhir menjelaskan metode untuk menganalisis jaringan berdasarkan topologi jaringan. Berbeda dengan pemilihan presiden sebelumnya, terjadi penurunan acara fisik dan iklan calon; pada gilirannya, kehadiran kandidat presiden secara online meningkat secara signifikan. Twitter memainkan peran khusus dalam hal ini, karena menjadi platform untuk membuat konten politik. Dalam studi ini, ditemukan jejak aktivitas organisasi di Twitter, dan investigasi mengungkapkan bahwa jaringan diskusi pemilu 2021 bersifat heterogen dan sangat terpolarisasi. Namun, tidak seperti banyak kasus pemilu lainnya yang terdokumentasi di Iran dan di seluruh dunia, komunitas pendukung kandidat sangat dekat di satu kutub, dan kutub lainnya adalah untuk "Anti-pemilih" yang mendukung pemboikotan pemilu. Dengan hampir tidak ada ikatan timbal balik, kedua kutub ini membentuk dua ruang gema, satu mendukung pemilihan dan yang lainnya untuk menekan pemilih. Selain itu, kehadiran aktivitas bot yang tinggi diamati di antara pengguna yang paling berpengaruh di semua komunitas yang terlibat.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang cukup relevan dengan penelitian ini, penelitian ini berfokus kepada kampanye politik yang dilakukan oleh pasangan perseorangan yang memenangkan Pilkada di Kabupaten Rejang Lebong, pasangan perseorangan merupakan pasangan yang mencalonkan diri melalui dukungan Kartu Tanda penduduk (KTP) dengan melihat peraturan Komisi Pemilihan Umum (KPU) no 3 Tahun 2017 Pasal 10 berdasarkan jumlah DPT sampai dengan 250.000 minimal dukungan 10%, jumlah DPT 250.001-500.000 dukungan minimal 8,5%, DPT dengan jumlah 500.001-1.000.000 minimal dukungan 7,5% dan DPT >1.000.000 jumlah dukungan minimal 6,5%.

Calon yang melalui jalur perseorangan baru disahkan mengikuti Pilkada Pada tahun 2007 melalui surat keputusan putusan MK Nomor 5/PUU-V/2007 yang menggugat UU Nomor 32 Tahun 2004 di revisi menjadi UU Nomor 12 Tahun 2008. Pasangan yang melalui jalur perseorangan berlaku untuk Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada). Pada Pilkada tahun 2020 hanya 6 pasangan yang memenangkan Pilkada melalui jalur perseorangan termasuk di Kabupaten Rejang Lebong. Penelitian ini menggunakan model kampanye yang dipopulerkan oleh Nowak dan Warneryd menurut (McQuail dan Windahl, 1993) model kampanye Nowak dan Warneryd merupakan salah satu contoh model tradisional kampanye, model dimulai dari tujuan yang hendak dicapai dan diakhiri dengan efek yang diinginkan. Dengan melihat 8 elemen yaitu *the intended effect, competing communication, the communication object, target population and the receiving group, the channel, the message, the communicator/sender, dan obtained effect*. Serta faktor apa saja yang memenangkan pasangan perseorangan di Kabupaten Rejang Lebong tahun 2020.

B. METODE

Penelitian ini disusun dengan menggunakan metode kualitatif dengan tujuan utama memberikan gambaran tentang gejala atau realitas untuk memberikan pemahaman (*verstehen*) tentang munculnya realitas atau fenomena komunikasi yang diteliti (Pawito, 2007). Jenis penelitian deskriptif ini bertujuan untuk mendeskripsikan fakta-fakta yang ditemukan secara sistematis, faktual, dan akurat (Kriyantono, 2006). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus yang merupakan salah satu jenis pendekatan kualitatif untuk mengkaji suatu kasus dalam konteks kehidupan nyata yang terbatas melalui pengumpulan data yang detail dan mendalam (Creswell, 2015). Rancangan penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kasus yang memberikan bukti penelitian yang lebih akurat (Yin, 2014). Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana kampanye yang dilakukan oleh pasangan perseorangan pemenang Pilkada Kabupaten Rejang Lebong Tahun 2020 di masa pandemi Covid-19 dengan menggunakan model nowak dan warneryd serta faktor apa saja yang memenangkan pasangan perseorangan di Kabupaten Rejang Lebong tahun 2020. Pengumpulan data penelitian dilakukan melalui wawancara dan dokumen. Wawancara dilakukan terhadap informan penelitian terpilih dengan menggunakan teknik *Typical case sampling*, biasanya digunakan untuk memilih informan dengan tujuan untuk mendeskripsikan suatu kasus yang khas dan tidak biasa. Dalam hal ini, kasus yang diteliti bersifat unik, membutuhkan informasi yang detail dari informan tertentu yang dipilih berdasarkan kategori tertentu (Patton, 2002). Dalam penelitian ini dipilih tiga informan yang terlibat langsung dalam proses kampanye, yaitu: Hendra Wahyudiansyah (wakil bupati terpilih periode 2020) melalui jalur perseorangan dan Kennedy Adi Chandra (tim pemenang) serta Dr.Panji Suminar (Akademisi/Pakar Politik Universitas Bengkulu). Data penelitian dianalisis dengan menggunakan model analisis interaktif yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles et al., 2018).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pilkada Rejang Lebong tahun 2020 berbeda dari Pilkada sebelumnya dimana dilaksanakan pada saat pandemi Covid-19. Pilkada ini juga di atur sesuai protokol kesehatan yang ketat termasuk pada saat tahapan kampanye berlangsung, kampanye yang dilakukan setiap pasangan calon pada saat pandemi memiliki perbedaan dibandingkan Pilkada sebelumnya, maka dari itu menarik untuk diteliti bagaimana kampanye yang dilakukan dalam hal ini pasangan perseorangan yang menang pada Pilkada Rejang Lebong 2020 pada saat pandemi dengan menggunakan model kampanye Nowak dan Warneryd dengan melihat 8 elemen, serta faktor apa saja yang memenangkan pasangan perseorangan di Kabupaten Rejang Lebong tahun 2020.

1. Model kampanye Nowak dan Warneryd pasangan perseorangan yang menang pada Pilkada Rejang Lebong 2020.

A. The intended effect

The intended effect merupakan efek atau tujuan yang hendak dicapai atau diharapkan dalam kampanye. Efek atau tujuan yang hendak dicapai ini harus dirumuskan dengan jelas, dengan demikian penentuan elemen lainnya akan lebih mudah dilakukan. Berdasarkan Efek yang diharapkan setiap aktor politik yang mengikuti event pemilihan umum tentu saja dengan banyak nya pemilih memberikan dukungan berupa suara pada saat pemilihan sama halnya dengan yang diinginkan oleh oleh pasangan Syamsul-Hendra yang mencalonkan diri melalui jalur perseorangan di Kabupaten Rejang Lebong tahun 2020. Berikut kutipan dari informan penelitian yang mencerminkan hal tersebut :

“Dengan banyak nya dukungan otomatis calon tersebut akan terpilih nantinya”. (Hendra, Wakil Bupati 2020, 23 April 2022)

Perumusan dilakukan dengan cara melakukan pendekatan kepada pemilih melihat pada karakteristik tiap-tiap kelompok pemilih itu sendiri, hal ini bertujuan untuk menentukan langkah selanjutnya yang akan dilakukan. Berikut kutipan dari informan penelitian :

“Identifikasi terhadap pemilih dilakukan karena setiap kelompok pemilih mempunyai karakteristik yang berbeda maka dari itu butuh pendekatan berbeda disetiap segmen pemilih”. (Adi, Timses 2020, 22 April 2022).

B. Competiting communication

Competiting communication merupakan kompetisi komunikasi yang muncul dari kompetitor lain berupa kampanye yang bertolak belakang dengan aturan yang berlaku. Dalam sebuah kampanye, hal yang tidak kalah penting adalah potensi yang ditimbulkan oleh pesaing atau kompetitor. Berikut beberapa kutipan dari informan penelitian yang mencerminkan hal tersebut:

“Sebenarnya kampanye yang dilakukan pasangan lain tidak terlalu diperhatikan, kita lebih fokus kepada bagaimana cara mendapatkan perhatian pemilih lebih banyak”. (Hendra, Wakil Bupati 2020).

“Tim kita lebih berfokus untuk memobilisasi pemilih ditiap daerah pemilihan akan tetapi apabila ada temuan dari pasangan lain yang melakukan pelanggaran akan kita bawa kedalam sengketa pilkada nantinya”. (Adi, Timses 2020).

C. The communication object

Kampanye biasanya berpusat pada sekitaran tema atau objek, oleh karena itu Setiap keberagaman tujuan kampanye dan akan berbeda pula mengenai model kampanye komunikasinya. Maka dari itu juru kampanye harus memahami kampanye yang dilakukan agar pesan yang dikirim ke khalayak akan tersampaikan. Berikut beberapa kutipan dari informan penelitian yang mencerminkan hal tersebut:

“Pada dasarnya treatment yang kita berikan kepada setiap kelompok pemilih berbeda sesuai dengan karakteristik pemilihnya agar pesan yang kita sampaikan diterima oleh mereka dan mereka dengan sukarela memberikan hak suara nya untuk memilih kita”. (Hendra, Wakil Bupati 2020).

“Setiap kelompok pemilih pasti mempunyai perbedaan maka dari itu peran kita dalam mengkampanyekan program kerja pasangan juga berbeda seperti contoh kelompok petani pesan yang kita sampaikan pasti berbeda dengan kelompok anak muda”. (Adi, Timses 2020).

D. Target population and the receiving group

Dalam melakukan sebuah kampanye, khalayak atau penduduk sebagai sasaran dari tujuan kampanye harus jelas terlebih dahulu. Pada marketing politik pengelompokan terhadap pemilih disebut segmentasi, ada 6 pembagian dalam mengelompokkan pemilih yang diadopsi dari (Kollat et al, 1972), (Dalrymple dan parsons, 1976), (Cui dan Liu, 2001) menurut (Firmanzah, 2018) yaitu geografis, demografi, psikografi, prilaku, sosial-budaya, dan sebab-akibat. Berikut beberapa kutipan dari informan penelitian yang mencerminkan hal tersebut:

“Pengelompokan pemilih dilakukan dalam rangka mengidentifikasi pemilih karena penting dilakukan agar tim yang terjun kelapangan sesuai dengan karakteristik pemilih tersebut”. (Hendra, Wakil Bupati 2020).

“Sasaran kelompok pemilih kita lebih kepada pemuda atau pemilih pemula karena pemuda atau pemilih pemula lebih mudah di dekati ketimbang pemilih lainnya dan juga pemilih ini lebih energik apabila dijadikan tim kita untuk mempengaruhi pemilih lain”. (Adi, Timses 2020).

E. The channel

Saluran yang digunakan dapat bermacam-macam tergantung karakteristik kelompok penerima dan jenis pesan kampanye. Berbagai perbedaan bentuk atau jenis dari saluran komunikasi terkait erat dengan berbagai macam pesan dan perbedaan khalayak sebagai sasaran suatu kampanye. Berikut kutipan dari informan penelitian:

“Saluran yang kita gunakan seperti media cetak maupun elektronik dan juga kita menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Whatsapp dikarenakan Pilkada dilaksanakan pada masa pandemi”. (Hendra, Wakil Bupati 2020).

Selain menggunakan media sebagai alat dalam mengkampanyekan pesan politik, pasangan Syamsul-Hendra juga menggunakan kekuatan jaringan tim yang dibentuk dari mulai tingkatan bawah sampai tingkat atas yang digunakan untuk mendekati pemilih yang belum terjangkau melalui media. Berikut kutipan wawancara dengan informan:

“Tim kita mempunyai jaringan dari tingkatan bawah, dengan menggunakan jaringan tersebut sebisa mungkin kita dekati pemilih”. (Adi, Timses 2020).

F. The message

Pesan dapat dibentuk sesuai dengan karakteristik kelompok yang menerimanya. Pesan-pesan atau tema sentral perlu dipertajam perbedaannya hal ini tergantung dari model kampanye yang dilaksanakan. Pesan yang disampaikan disesuaikan dengan karakteristik pemilih yang akan di dekati setiap segmen pemilih mempunyai pendekatan yang berbeda maka dari itu pesan yang akan disampaikan juga akan berbeda. Berikut beberapa kutipan dari informan penelitian yang mencerminkan hal tersebut:

“Pesan yang disampaikan kepada pemilih kita sesuaikan dengan karakteristik pemilih seperti kalangan muda, kita membawa pesan bahwasanya kita merupakan pasangan yang milenial dengan mengedepankan aspek milenial”. (Hendra, Wakil Bupati 2020).

“Pesan yang kita sampaikan kepada pemilih lebih kepada pasangan kita merupakan sosok pasangan yang milenial bukan berarti pemilih lainnya tidak kita branding juga”. (Adi, Timses 2020).

G. The communicator/sender

Komunikator harus memiliki kredibilitas dimata penerima pesannya dan mempunyai kemampuan dalam berkomunikasi agar pemilih tertarik untuk memilih. Komunikator politik sangat berperan penting dalam berhasil atau tidak nya pasangan menduduki jabatan yang sedang dipertarungkan maka dari itu komunikator harus lah orang yang mempunyai pengaruh di dalam suatu kelompok agar pesan yang ingin disampaikan akan lebih mudah diterima oleh pemilih. Berikut beberapa kutipan dari informan penelitian yang mencerminkan hal tersebut:

“Komunikator kita lebih kepada orang yang mempunyai pengaruh terhadap kelompok tersebut agar memudahkan kita dalam menjalankan visi, misi, dan program”. (Hendra, Wakil Bupati 2020).

“Tim yang kita rekrut disetiap daerah pemilihan memiliki power dalam mendekati pemilih dan mempunyai kemampuan dalam berkomunikasi agar pesan yang disampaikan dapat mempengaruhi pemilih dan memberikan suaranya”. (Adi, Timses 2020).

H. Obtained effect

Kampanye yang dilakukan ini tentunya ingin menghasilkan sebuah efek, pada kampanye politik efek yang diinginkan lebih kepada jumlah pemilih yang memberikan suara. Apabila jumlah suara pemilih menjadikan kandidat memenangkan kontestasi Pilkada otomatis efek yang diperoleh berhasil. Berikut beberapa kutipan dari informan penelitian yang mencerminkan hal tersebut:

“Kampanye yang kita lakukan bertujuan untuk menarik simpati pemilih sebanyak mungkin agar memenangkan kita pada Pilkada dan juga apabila terpilih program kerja yang telah dirancang nantinya akan dilaksanakan menjadi efek yang berkelanjutan”. (Hendra, Wakil Bupati 2020).

“Sebagai tim sukses tujuan kita adalah bagaimana memenangkan pasangan yang kita dukung, apabila pasangan yang kita dukung menang berarti itu merupakan efek yang kita peroleh setelah melakukan serangkaian aktifitas politik”. (Adi, Timses 2020).

2. Faktor yang memenangkan pasangan perseorangan di Kabupaten Rejang Lebong tahun 2020.

A. Berdasarkan Etnopolitik di Kabupaten Rejang Lebong

Dalam kaitannya dengan Pilkada dapat dibayangkan bahwa setiap aktor politik maupun seorang kepala daerah ingin mendapatkan simpati dari para pendukungnya akan melakukan mobilisasi dengan menggunakan simbol-simbol identitas etnis yang bisa menarik simpati dari orang-orang yang merasa memiliki atau dekat dengan identitas etnis tersebut. Ketiga pasangan pemenang Pilkada Kabupaten Rejang Lebong periode 2010, 2015, dan 2020 merupakan pasangan yang berasal dari suku-suku besar yang ada di Kabupaten Rejang Lebong hal ini sesuai dengan pernyataan Akademisi/Pakar Politik Bengkulu Panji Suminar pada kutipan wawancara berikut:

“Di Kabupaten Rejang Lebong Ada 3 suku besar yaitu Rejang, Lembak, dan Jawa, Jadi tidak terlalu heterogen, pemetaan politik relatif lebih mudah, maka selalu pasangan itu kombinasi seperti Rejang-Jawa, Rejang-Lembak, Lembak-Jawa dan selalu begitu.” (Panji Suminar, 07 Juni 2022)

Peta politik di Kabupaten Rejang Lebong dikuasai oleh tiga suku besar yaitu Rejang, Lembak, dan Jawa. Serta pasangan politiknya pasti berasal dari salah satu suku tersebut seperti pasangan periode 2010, Suherman-Slamet Diyono merupakan pasangan yang berasal dari suku Rejang-Jawa, Periode 2015 Hijazi-Iqbal berasal dari suku Lembak-Jawa, periode 2020 Syamsul-Hendra berasal dari suku Rejang-Lembak.

B. Berdasarkan aspek keterikatan pemilih

Kemenangan yang diraih oleh pasangan yang mencalonkan diri melalui jalur perseorangan selama tiga periode berturut-turut di Kabupaten Rejang Lebong mengindikasikan pemilih lebih tertarik pada figur/tokoh seseorang atau pasangan dibandingkan partai politik. Berikut pernyataan Akademisi/Pakar Politik Bengkulu Panji Suminar.

“Di Rejang Lebong cenderung bersifat Paternalistik, jadi lebih mengutamakan ketokohan dibanding partai”. (Panji Suminar, 07 Juni 2022)

Pada Pilkada Di kabupaten Rejang Lebong, pemilih lebih mengutamakan ketokohan dibanding partai, meskipun pasangan tersebut merupakan pasangan yang melalui jalur perseorangan akan tetap dipilih oleh masyarakat karena yang pertamakali dilihat adalah figur.

C. Dimensi partai politik

Partai politik di Kabupaten Rejang Lebong kurang diminati oleh para pemilih pada kontestasi Pilkada, terbukti selama tiga periode yaitu periode 2010, 2015, dan 2020 pemenang Pilkada pasti pasangan yang melalui jalur perseorangan. Kekalahan partai politik ini disebabkan oleh ketidakpercayaan masyarakat terhadap partai politik serta tidak adanya figur/tokoh yang kuat berasal dari partai di Kabupaten Rejang Lebong untuk bersaing dengan pasangan yang mencalonkan diri melalui jalur perseorangan. Informan Panji Suminar mengungkapkan informasi di atas seperti kutipan wawancara berikut:

“Partai Politik tidak dipercayai oleh masyarakat, siapapun yang dicalonkan oleh partai politik mereka tidak terlalu peduli, karena yang ditanyakan figur. Tidak ada kader yang munculkan dari partai politik.” (Panji Suminar, 07 Juni 2022)

Kelemahan terbesar partai politik di Kabupaten Rejang Lebong adalah tidak adanya kaderisasi partai, sehingga pasangan yang dimunculkan cenderung tidak dipilih oleh masyarakat. Sedangkan figur yang berasal dari jalur perseorangan merupakan figure yang memiliki power didalam masyarakat. Hal ini menjadikan pasangan perseorangan dapat memenangkan kontestasi Pilkada di Kabupaten Rejang Lebong.

D. Faktor kekuatan jaringan

Jaringan yang dibangun oleh pasangan perseorangan pada Pilkada di Kabupaten Rejang Lebong berdasarkan pada ikatan keluarga yang jauh lebih solid dibandingkan jaringan partai politik, serta pemilih mereka cenderung pemilih tradisional yang melihat latar belakang ras suku dan emosional berupa ikatan kekeluargaan. Seperti petikan wawancara Panji Suminar.

“Kekuatan jaringan keluarga jauh lebih dominan dari jaringan partai, pemilih mereka cenderung tradisional dan emosional bukan pemilih rasional maupun transaksional.” (Panji Suminar, 07 Juni 2022)

Pemilih yang melalui jalur perseorangan di Kabupaten Rejang Lebong mempunyai kekuatan jaringan berupa ikatan keluarga yang kuat, oleh karena itu pemilih mereka cenderung pemilih tradisional dan emosional ketimbang pemilih rasional maupun transaksional. Pemilih tradisional dan emosional merupakan pemilih loyalis dan tidak akan mudah terpengaruh oleh pasangan lain dibanding pemilih lainnya.

E. Aspek pada sistem pemerintahan

Adanya ketakutan apabila pasangan yang melalui jalur perseorangan terpilih nantinya akan terjadi konflik dengan legislatif dalam menjalankan roda pemerintahan karena tidak adanya dukungan dari partai politik, hal ini tidak berlaku di Kabupaten Rejang Lebong Pemerintahan yang dipimpin oleh pasangan perseorangan tidak mengalami kendala berarti dengan legislatif. Seperti pernyataan Panji Suminar Ketika di wawancara.

“Tidak ada masalah antara pasangan perseorangan dengan anggota legislatif dalam menjalankan roda pemerintahan, malah legislatif tunduk dengan pasangan perseorangan, Selama 3 periode tidak ada masalah, misalnya mengenai APBD ditentang.” (Panji Suminar, 07 Juni 2022)

Kepemimpinan yang dilakukan oleh pasangan perseorangan dalam menjalankan roda pemerintahan tidak mengalami hambatan, meskipun ada ketakutan pasangan yang melalui jalur perseorangan tidak memiliki dukungan diparlemen namun itu tidak berarti di Kabupaten Rejang Lebong, bahwa pemerintah dalam hal ini dipimpin oleh pasangan perseorangan dan anggota legislatif (DPRD) tidak ada konflik yang terjadi.

F. Pengumpulan syarat dukungan (KTP)

Pengumpulan KTP merupakan syarat mutlak yang harus dilakukan oleh pasangan yang akan mengikuti Pilkada melalui jalur perseorangan dan diatur oleh Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU), pengumpulan KTP yang dilakukan pasangan perseorangan kebanyakan asal memenuhi persyaratan dan KTP yang diambil cenderung bukan dari pemilih langsung melainkan diambil dari tempat yang biasanya menggunakan KTP sebagai jaminan atau lain hal. Berbeda dengan yang dilakukan pasangan perseorangan di Kabupaten Rejang Lebong ketiga periode tersebut mengumpulkan KTP dengan cara turun langsung ke pemilih yang memang benar memilih mereka, maka dari itu jumlah pendukung akan jelas terlihat nantinya. Informan Panji Suminar mengungkapkan informasi diatas seperti kutipan wawancara berikut:

“Cara pengumpulan KTP nya tidak sembarangan, KTP yang diambil sekaligus menjadi pendukung/pemilih *real*.” (Panji Suminar, 07 Juni 2022)

Pengumpulan dukungan berupa KTP yang dilakukan ketiga pasangan perseorangan tersebut berdasarkan dukungan *real* bukan berupa dukungan yang diperjual belikan. Pasangan perseorangan diluar Kabupaten Rejang Lebong cenderung mengumpulkan KTP hanya sebatas memenuhi syarat dukungan berbeda di Kabupaten Rejang Lebong mengumpulkan KTP bukan hanya sebagai syarat dukungan tetapi potensi menjadi pemilih mereka.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kemenangan yang diraih pasangan Syamsul-Hendra dalam kontestasi Pilkada melalui jalur perseorangan tidak lepas dari keberhasilan mereka dalam menjalankan strategi kampanye. Seperti yang kita ketahui pasangan perseorangan diberbagai daerah di Indonesia cenderung kalah bersaing dengan pasangan yang mencalonkan diri melalui jalur partai politik namun yang terjadi di Kabupaten Rejang Lebong sebaliknya pasangan yang mencalonkan diri melalui jalur perseorangan dapat memenangkan Pilkada melawan pasangan yang melalui jalur partai politik.

Temuan yang didapat dari hasil penelitian ini yang diuraikan melalui model kampanye Nowak dan Warneryd serta faktor apa saja yang memenangkan pasangan perseorangan yaitu pasangan Syamsul-Hendra berfokus kepada mencari dukungan sebanyak mungkin dengan memanfaatkan kekuatan media dan jaringan. Peran media sangat penting dalam keberhasilan pasangan ini mengingat Pilkada dilaksanakan ditengah pandemic COVID-19 yang melanda seluruh dunia khususnya di Kabupaten Rejang Lebong itu sendiri ikut merasakan dampak yang sama, pemilihan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Whatsapp dinilai sangat efektif untuk menarik simpati pemilih karena kecenderungan masyarakat saat ini lebih banyak berselancar di media sosial di bandingkan media lainnya. Serta kekuatan jaringan tim yang dibangun dari bawah sampai atas juga berperan penting dalam menarik simpati pemilih agar tertarik mendukung.

Ditambah beberapa faktor yang memperkuat pasangan perseorangan untuk menduduki kursi kepala daerah seperti etno politik di Kabupaten Rejang Lebong yang didominasi 3 suku besar meliputi suku, Lembak, Rejang, dan Jawa. Pasangan Syamsul-hendra merupakan gabungan diantara kedua suku tersebut Syamsul merupakan orang asli suku Rejang sedangkan Hendra orang asli Lembak. Disamping itu pemilih dikabupaten Rejang Lebong cenderung melihat figur/tokoh setiap pasangan dibanding partai politik. Sedangkan dari partai politik itu sendiri tidak ada nya figur/tokoh yang kuat yang dapat mempengaruhi khalayak pemilih disamping itu tidak adanya kaderisasi yang muncul dari dalam partai politik yang membuat pasangan Syamsul-Hendra yang sejatinya merupakan pasangan yang mencalonkan diri melalui jalur perseorangan dapat memenangkan Pilkada dikabupaten Rejang Lebong.

Fenomena yang terjadi pada Pilkada Kabupaten Rejang Lebong dimana pasangan yang menang merupakan pasangan yang mencalonkan diri melalui jalur perseorangan, ditambah pada Pilkada tahun 2020 berbeda dengan Pilkada sebelumnya dikarenakan muncul nya virus COVID-19. Tentu saja hal ini merubah strategi kampanye yang dilakukan setiap pasangan yang mengikuti kontestasi Pilkada termasuk pasangan Syamsul-Hendra.

Seminar Nasional LPPM UMMAT

Universitas Muhammadiyah Mataram

Mataram, 05 April 2023

ISSN 2964-6871 | Volume 2 April 2023

pp. 22-36

Pasangan ini menggunakan media sosial sebagai media untuk berkampanye, Sejalan dengan penelitian (Moekahar et al., 2022) munculnya media sosial saat ini membuat perubahan metode kampanye politik. Penggunaan media ini dapat memangkas dana kampanye cukup besar jika dibandingkan dengan media konvensional. Selanjutnya penelitian (Akbar, 2022) menunjukkan bahwa media sosial merupakan media utama dalam komunikasi politik dan ditemukan adanya peningkatan intensitas dan penyebaran komunikasi dengan topik politik selama tahapan pemilu, terutama pada masa kampanye. Kekuatan jaringan juga sangat penting dalam menarik simpati pemilih, tanpa adanya jaringan tim yang solid tidak mungkin pasangan yang mencalonkan diri melalui jalur perseorangan dapat menang karena kekuatan pasangan perseorangan ada pada jaringan yang dibentuk dan tim yang militan. Sama halnya dengan penelitian (Fatimah, 2018) Hal yang tidak kalah penting adalah aspek Jejaring. Aspek ini berkaitan erat dengan luasan koneksi sosial yang dapat saja digunakan untuk menjaring Funding atau pendanaan. Selain itu tentunya jejaring dapat berfungsi untuk mendapatkan dukungan yang lebih luas.

Faktor faktor yang memenangkan pasangan perseorangan dalam Pilkada di Kabupaten Rejang Lebong meliputi: Etnopolitik, keterikatan pemilih, Dimensi partai politik, kekuatan jaringan, Aspek pada sistem pemerintahan, dan Pengumpulan syarat dukungan (KTP) yang dilakukan. Faktor ini yang membuat pasangan perseorangan di Kabupaten Rejang Lebong dapat memenangkan Pilkada. (Gholal et al., 1401) juga dalam penelitiannya menjelaskan ada empat faktor pasangan perseorangan memenangkan Pilkada Pertama, sudah kuat di Rembang, karena sifatnya track record sebagai anggota parlemen periode ketiga dan incumbent. Kedua, kekuatan mesin politik yang dimiliki, seolah-olah maju terus jalur independen, namun ada tiga partai politik PPP, Nasdem, dan PAN mendukung tim sukses meski tidak resmi terdaftar di KPU sebagai pendukung partai. Ketiga, strategi yang diterapkan oleh tim sukses efektif dalam menjangkau masyarakat baik konstituen maupun nonpeserta, memberikan visi dan misi serta program yang bagus, dan selain itu pasangan maju melalui jalur independen juga diuntungkan dengan bisa berkampanye di waktu pengumpulan bukti-bukti dukungan sebagaimana dipersyaratkan oleh Komisi sebelumnya pasangan calon lain dapat berkampanye. Keempat, modal ekonomi pasangan lebih unggul dari pasangan calon lainnya. Sedangkan penelitian (Handayani et al., 2013) menjelaskan bahwa beberapa faktor yang mempengaruhi kekalahan calon perseorangan yaitu kurangnya popularitas calon perseorangan Faisal-Biem, serta tidak adanya basis massa yang struktur dan terorganisir seperti partai politik.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kegiatan kampanye politik yang dilakukan oleh pasangan perseorangan pemenang pilkada 2020 yang digelar di masa pandemi menjadi faktor utama munculnya perubahan yang terjadi pada saat melakukan kampanye, perkembangan teknologi telah menggeser media yang digunakan pada saat kampanye yang semula menggunakan media cetak dan elektronik, bergeser menggunakan media sosial dan kegiatan kampanye yang semula dilakukan dengan cara konvensional dan berubah akibat pandemi yang melanda dunia. Ditambah faktor etno politik, jaringan, keterikatan pemilih kepada sosok figur pasangan dan tidak adanya kandidat yang kuat muncul didalam partai politik yang membuat pasangan perseorangan dapat memenangkan Pilkada di Kabupaten Rejang lebong.

Seminar Nasional LPPM UMMAT

Universitas Muhammadiyah Mataram
Mataram, 05 April 2023
ISSN 2964-6871 | Volume 2 April 2023
pp. 22-36

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, kami memberikan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya yaitu Bagaimana partai politik di Kabupaten Rejang Lebong dapat memenangkan Pilkada selanjutnya dikarenakan selama Pilkada berlangsung mulai dari tahun 2010 sampai 2020 dimenangkan oleh pasangan yang mencalonkan diri melalui jalur perseorangan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada informan yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan data yang diperlukan. Disamping itu ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam proses pembuatan penelitian ini dan tahapan penelitian hingga penelitian ini dipublikasikan.

REFERENSI

- Akbar, F. (2022). Social Media, Candidate Campaign And Quality Of Democracy: Overview Of The Attacking Campaign In Indonesian Elections. *Jurnal Netralitas Dan Pemilu*, 1, 25–39. <https://doi.org/10.55108/JNP.v1i1.178>
- Arista Maya Dewanti Dan Maya Mustika Kartika Sariview Of Strategi Kampanye Politik Pasangan Calon Bupati Dan Wakil Bupati Gresik Pada Pilkada 2020 Di Masa Pandemi Covid-19 (Unesa.Ac.Id). Kajian Moral Dan Kewarganegaraan. Volume 9 Nomor 3 Tahun 2021, 704-718
- Baccini, L., Brodeur, A., & Weymouth, S. (2021). The COVID-19 pandemic and the 2020 US presidential election. *Journal of Population Economics*, 34(2), 739–767. <https://doi.org/10.1007/s00148-020-00820-3>
- Creswell, J. W. (2015). Qualitative research & design research. Pustaka Pelajar.
- Cui, G., & Liu, Q. (2001). Executive insights: emerging market segments in a transitional economy: a study of urban consumers in China. *Journal of International Marketing*, 9 (1), 84 -106.
- Dalrymple, D. J., & Parsons, L. J. (1976). Marketing management: text and cases.
- Djalante, R., Lassa, J., Setiamarga, D., Sudjatma, A., Indrawan, M., Haryanto, B., Mahfud, C., Sinapoy, M. S., Djalante, S., Rafliana, I., Gunawan, L. A., Surtiari, G. A. K., & Warsilah, H. (2020). Review and analysis of current responses to COVID-19 in Indonesia: Period of January to March 2020. *Progress in Disaster Science*, 6. <https://doi.org/10.1016/j.pdisas.2020.100091>
- Dong, Y., Dong, Y., Mo, X., Hu, Y., Qi, X., Jiang, F., Jiang, Z., Jiang, Z., Tong, S., Tong, S., & Tong, S. (2020). Epidemiology of COVID-19 among children in China. In *Pediatrics* (Vol. 145, Issue 6). American Academy of Pediatrics. <https://doi.org/10.1542/peds.2020-0702>
- Fatimah, S. (2018). *Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu*. 1(1).
- Firmanzah. (2018). Marketing politik: Antara pemahaman dan realitas. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Gholal, O., Widiptya, P., & Pemerintahan, J. I. (1401). *Analisis Kemenangan Calon Perseorangan Pasangan Abdul Hafidz ± Bayu Andriyanto dalam Pilkada Kabupaten Rembang Tahun 2015*. <https://nasional.kompas.com/read/2020/10/06/10064311/kontroversi-pilkada-2020-di-tengah-pandemi-covid-19>
- Kollat, D. T., Blackwell, R. D., & Robeson, J. F. (1972). Strategic marketing. Holt, Rinehart and Winston.
- Kriyantono, R. (2006). Teknik praktis riset komunikasi. Kencana Prenada Media Group.
- McQuail, D., & Windahl, S. (2015). Communication models for the study of mass communications. Routledge.
- McQuail, D., & Windahl, S. (2015). Communication models for the study of mass communications. Routledge.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2018). Qualitative data analysis: A methods sourcebook.

Seminar Nasional LPPM UMMAT

Universitas Muhammadiyah Mataram

Mataram, 05 April 2023

ISSN 2964-6871 | Volume 2 April 2023

pp. 22-36

Sage publications.

- Moekahar, F., Ayuningtyas, F., & Hardianti, F. (2022). Social media political campaign model of local elections in Pelalawan Regency Riau. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 10(2), 242. <https://doi.org/10.24198/jkk.v10i2.41680>
- Mohammadi, S., Moradi, P., Mahdi Firouzabadi, S., & Jafari, G. (2022). The footprint of campaign strategies in Farsi Twitter: A case for 2021 Iranian presidential election. *PLoS ONE*, 17(7 July). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0270822>
- Niken Handayani, S., & Utomo, S. (n.d.). *STRATEGI PEMENANGAN FAISAL-BIEM DALAM PEMILIKADA GUBERNUR PROVINSI DKI JAKARTA 2012*. www.fisipundip.ac.id
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research & evaluation methods*. sage.
- Pawito. (2007). *Penelitian komunikasi kualitatif*. LkiS.
- [Pertanyaan jawaban terkait COVID-19, HIV, antiretroviral di Indonesia \(who.int\)](http://who.int)
- Qurnia Indah Permata Sari [Strategi Kampanye Dalam Jaringan Pasangan Calon Wali Kota Solo Di Masa Pandemi Covid-19 | Permata Sari | Jurnal Analisa Sosiologi \(Uns.Ac.Id\)](#). *Jurnal Analisa Sosiologi* Januari 2021, 10 (Edisi Khusus Sosiologi Perkotaan): 19-40
- [Situasi COVID-19 di Indonesia \(Update per 13 Februari 2023\) | Covid19.go.id](#)
- Wu, Z., & McGoogan, J. M. (2020). Characteristics of and Important Lessons from the Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) Outbreak in China: Summary of a Report of 72314 Cases from the Chinese Center for Disease Control and Prevention. In *JAMA - Journal of the American Medical Association* (Vol. 323, Issue 13, pp. 1239–1242). American Medical Association. <https://doi.org/10.1001/jama.2020.2648>
- Yin, R. K. (2009). *Case study research: Design and methods* (Vol. 5). Sage.
-