

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK CALON ANGGOTA LEGISLATIF DPRD RIAU EDI SATRIA PADA PEMILU 2019

Oleh,

KHAIRINA RIZKI

NIM. 1502154302

ABSTRAK

Strategi komunikasi politik yang dilakukan calon anggota legislatif Edi Satria pada pemilihan umum terdapat beberapa tahapan yang dimana dengan adanya strategi ini menguntungkan Edi Satria agar lebih dekat dan kenal dengan masyarakat. Pendekatan yang dilakukan kepada komunikasi lebih kepada *door to door* yang dimana hal ini terjun langsung bertatap muka dengan masyarakat serta memerlukan adanya peran media, media memiliki pengaruh yang sangat besar dalam komunikasi politik, biasanya setiap calon anggota legislatif pasti memerlukan komunikasi politik seperti, media luar ruang, media sosial dan media pendukung.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti ingin menjawab rumusan masalah yaitu, bagaimana strategi komunikasi politik Edi Satria pada pemilihan umum tahun 2019? serta, apa peran media dalam strategi komunikasi politik calon anggota legislatif dalam pemilihan umum tahun 2019?. Maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menguraikan strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh Edi Satria pada pemilihan umum 2019 serta, untuk menjelaskan peran media dalam strategi komunikasi politik calon anggota legislatif dalam pemilihan umum tahun 2019. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode deskriptif, yaitu penelitian yang berusaha mendeskripsikan atau menggambarkan objek yang diteliti berdasarkan fakta yang didapat di lapangan, dan tidak bertujuan untuk menjelaskan hubungan ataupun menguji sebuah hipotesis.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik calon anggota legislatif Edi Satria untuk membangun citra diri serta melakukan 3 tahapan yang dimulai dengan tahap perencanaan yang dilakukan berupa penetapan wilayah atau peta wilayah, menentukan waktu kunjungan atau sosialisasi yang tepat, serta pengemasan pesan atau informasi yang akan disampaikan calon anggota legislatif termasuk kedalam penelitian pelaksanaan, yaitu tahap kedua adalah pelaksanaan yaitu menyampaikan tujuannya datang pada wilayah tersebut dengan melakukan sosialisasi dengan masyarakat atau bertegur sapa dan bertatap muka langsung dengan masyarakat dan kemudian memberikan informasi atau pesan melalui media cetak untuk menarik perhatian masyarakat kepada calon anggota legislatif, dan adanya penawaran kerja sama untuk membangun daerah tersebut menjadi lebih baik lagi. Dan yang terakhir yaitu tahap ketiga adalah evaluasi yaitu dengan melakukan penilaian dari kegiatan yang telah dilakukan dari tahap pertama hingga tahap akhir.

Kata kunci: *Strategi Komunikasi Politik, Peran Media Komunikasi Politik*