

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

POLITICAL COMMUNICATION STRATEGY OF LEGISLATIVE MEMBERS OF RIAU EDI SATRIA DPRD  
IN 2019 ELECTION

**Khairina Rizki<sup>1</sup> Dr. Dedi Kurnia Syah Putra, S. Sos. I, M.Ikom. <sup>2</sup>**

1,2Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Telkom University

[1khairinaarizky@gmail.com](mailto:khairinaarizky@gmail.com) [2dedikurniasp@telkomuniversity.ac.id](mailto:dedikurniasp@telkomuniversity.ac.id)

### Abstrak

Strategi komunikasi politik yang dilakukan calon anggota legislatif Edi Satria pada pemilihan umum untuk membangun citra diri terdapat beberapa tahapan yang dimana dengan adanya strategi ini menguntungkan Edi Satria agar lebih dekat dan kenal dengan masyarakat. 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, Membangun Citra Diri**

### ABSTRACT

Political communication strategies carried out by legislative candidates Edi Satria in general elections to build self-image there are several stages where the existence of this strategy benefits Edi Satria to be closer and familiar with the community. The results of this study indicate that the political communication strategy of legislative candidates Edi Satria to build a self-image and perform 3 stages starting with the planning stage that is carried out in the form of territorial determination or map of the region, determining the time of the visit or proper socialization, and packaging messages or information Legislative candidates will be submitted, including the implementation research, the second stage is implementation, which is to convey the purpose of coming to the region by socializing with the community or meeting face to face with the community and then providing information or messages through print media to attract public attention to legislative candidates, and the offer of cooperation to build the area is even better. And the last is the third stage is evaluation, namely by evaluating the activities that have been carried out from the first stage to the final stage.

**Keywords: Political Communication Strategy, Self-image Building**

## 1. PENDAHULUAN

Proses strategi komunikasi politik itu sendiri memiliki posisi penting dalam komunikasi politik, terutama sebagai penghubung antara calon anggota legislatif dengan khalayak atau masyarakat untuk menyampaikan sebuah pesan. Proses penyampaian informasi atau pesan ini berlangsung pada seluruh kalangan masyarakat dan di setiap tempat yang memungkinkan terjadinya penyampaian sebuah pesan atau informasi antara individu dengan kelompok.

Komunikasi politik memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap sistem politik, sistem politik dikatakan sehat apabila komunikasi politik yang dijalankan dan dilakukan secara benar dan sesuai aturan untuk mendapat dukungan dari partai politik. Partai politik ini sendiri merupakan pihak yang memiliki tanggung jawab terhadap keberlangsungan komunikasi politik komunikasi politik ini lebih banyak mengarah kepada proses komunikasi.

Proses komunikasi merupakan jembatan penghubung antara calon anggota legislatif kepada masyarakat sehingga masyarakat lebih mengenal serta sosok wakil rakyatnya serta memudahkan dalam berinteraksi kepada masyarakat dan pemberian informasi program dan kegiatan apa yang akan dilakukan kedepannya untuk memajukan daerah dalam komunikasi politik calon anggota legislatif dalam pemilihan umum tahun 2019 komunikasi politik ini berfungsi kepada sistem politik yang dimana terdapat, perencanaan, sosialisasi dan pendekatan kepada masyarakat. Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK Drs. EDI SATRIA M.Si CALON ANGGOTA DPRD RIAU PADA PEMILIHAN UMUM TAHUN 2019**”.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka yang menjadi permasalahan penelitian ini bagaimana strategi komunikasi politik Edi Satria dalam membangun citra pada pemilihan umum tahun 2019 serta, apa peran media dalam strategi komunikasi politik calon anggota legislatif dalam pemilihan umum tahun 2019?

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Komunikasi Politik

Komunikasi politik merupakan sebuah kajian yang menarik perhatian untuk ditelusuri, bukan hanya menarik perhatian para sarjana komunikasi tetapi juga bagi politisi yang aktif di berbagai partai politik. Komunikasi politik merupakan proses penyebaran, makna atau pesan yang bersangkutan dengan fungsi suatu sistem politik. Ini menjadi sebuah tantangan dari bentuk keberhasilan partai politik, gabungan partai, calon anggota legislatif dan tim sukses yang mendukung dan mengusung calonnya sangat ditentukan oleh kemampuan yang dimiliki dan melihat tingkat atraktivitas calon anggota legislatif tersebut di mata masyarakat. Peranan komunikasi politik sangat dibutuhkan untuk melihat dampak dan hasil yang bersifat politik.

### 2.2 Strategi Komunikasi Politik

Strategi komunikasi politik merupakan tentang bagaimana proses komunikasi yang digunakan dan terjadi pemenangan di dalam suatu pertarungan politik oleh partai politik, atau secara langsung, oleh seorang calon legislatif atau calon pimpinan daerah, yang menghendaki kekuasaan, jabatan dan pengaruh besar di tengah masyarakat sebagai konstituennya. Strategi komunikasi politik merupakan bentuk pengalihan suatu pesan kepada masyarakat agar lebih efektif sehingga menimbulkan kepekaan dalam berpikir yang menjadikan masyarakat dapat dipengaruhi dan terjadi perubahan sikap dan pendapat sesuai pesan yang telah dikemas oleh seorang komunikator.

### 2.3 Media Komunikasi Politik

Media Komunikasi Politik adalah pemanfaatan media dalam bentuk apapun merupakan saluran komunikasi yang digunakan oleh untuk pengiriman pesan yaitu dengan adanya transaksi pengiriman dan penerimaan pesan mustahil terjadi jika tidak ada media yang menjadi perantaranya. Kandidat kepada pemilih dapat dianggap efektif dan efisien pada masa kampanye melalui media merupakan hal yang biasa dalam dunia politik modern saat ini (Dedi Kurnia 2012: 10).

## 2.4 Persepsi dan Citra

Persepsi adalah kemampuan seseorang untuk mengorganisir suatu pengamatan seperti kemampuan untuk membedakan, kemampuan untuk memfokuskan, serta kemampuan untuk mengelompokkan. Oleh karena itu bisa saja seseorang memiliki persepsi yang berbeda walaupun objeknya sama. Persepsi adalah proses dimana individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan-kesan indera mereka untuk memberikan makna pada lingkungannya. Sedangkan menurut Ruslan (2007:76) persepsi adalah pandangan atau nilai-nilai yang konkret yang diberikan secara individual, persepsi juga dikatakan sebagai landasan citra.

## 3. METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini merupakan metode kualitatif. Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian kualitatif deskriptif dimana data yang dikumpulkan tidak berbentuk angka, tetapi dalam bentuk kata, kalimat, pernyataan, dan sebuah konsep. Tujuannya metode adalah untuk menggambarkan secara terperinci dan relatif akurat mengenai topik yang diangkat dalam penelitian ini. Bogdan dan Taylor dalam Moleong (Moleong, 2005: 3) mendefinisikan metode kualitatif berupa suatu ketentuan pada penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata dan kalimat yang tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang akan diamati oleh peneliti.

Teknik Wawancara (interview) Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara peneliti langsung yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara informan kunci dan informan pendukung yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Teknik ini dilakukan untuk mengetahui perencanaan strategi komunikasi politik yang akan dilakukan. Teknik Observasi (pengamatan) Observasi adalah pengamatan kegiatan strategi komunikasi politik yang dilakukan peneliti secara sengaja, sistematis, mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis yang terjadi dilapangan untuk kemudian dilakukan pencatatan. Melakukan pengamatan terhadap dokumen berupa kegiatan yang dilakukan, proposal, materi-materi yang berbentuk ajakan, materi iklan serta poster-poster.

## 4. HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian ini merupakan suatu hasil temuan peneliti dilapangan terkait dengan bagaimana strategi komunikasi politik calon anggota legislatif DPRD Provinsi Riau Edi Satria pada pemilu 2019. Hasil penelitian yang didapat peneliti dari sumber informasi yang didapatkan oleh satu sumber informan kunci yang merupakan objek penelitian sebagai calon anggota DPRD Riau pada pemilu 2019 serta empat sumber informan pendukung yang merupakan tim sukses atau tim relawan yang dipilih langsung oleh bapak Edi Satria sebagai tim pemenangan.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilaksanakan oleh peneliti pada tanggal 10 Desember 2018 s/d 28 Februari 2019 peneliti menemukan beberapa pengetahuan mengenai proses kampanye yang dilakukan calon anggota legislatif khususnya calon anggota legislatif Edi Satria pada Partai NasDem di Pemilu 2019. Hasil dari observasi yang dilaksanakan oleh penulis mengenai strategi komunikasi politik calon anggota legislatif calon anggota legislatif DPRD Riau pada Pemilu 2019 akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Lokasi Kediaman Calon Anggota Legislatif Edi Satria.



**Gambar 4.1 Lokasi Kediaman Edi Satria**

(Sumber: [www.google.com/maps/place](http://www.google.com/maps/place) )

Dari gambar di atas dapat dijelaskan bahwa kediaman Edi Satria berada di JL. Rawa Putih Tangkerang Labuai, Bukit Raya, Kota Pekanbaru

b. Lokasi Kantor DPW Partai NasDem



**Gambar 4.2 Lokasi Kantor DPW Partai NasDem**

(Sumber: [www.google.com/maps/place](http://www.google.com/maps/place) )

Dari gambar di atas dapat dijelaskan bahwa kantor DPW Partai NasDem berada di JL. Diponegoro No.20 Simpang Empat, Pekanbaru kota, Kota Pekanbaru.

c. Kegiatan Kampanye Calon Anggota Legislatif Edi Satria



Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti ketika melaksanakan observasi terhadap kampanye calon anggota legislatif, peneliti menemukan hal-hal berikut:



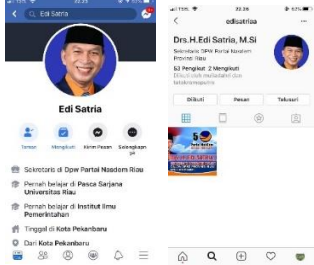

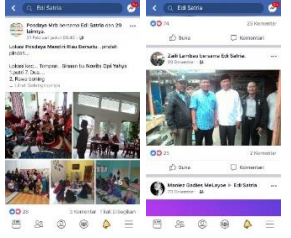

1. Penempatan, Edi Satria melakukan pemilihan tim yang tepat untuk bergabung menjadi tim suksesnya dan menentukan penempatan wilayah yang menjadi sasaran tim sukses nantinya.
2. Perencanaan, Tim sukses dan Edi Satria melakukan perencanaan-perencanaan yang akan dilakukan pada kampanye serta penggunaan media seperti apa nantinya yang akan digunakan. Media yang akan digunakan pada wilayah terdapat perbedaan yang cukup signifikan dimana peneliti mengamati tim sukses dan Edi Satria membagi berdasarkan 3 kategori yaitu masyarakat atas, masyarakat menengah dan masyarakat bawah. Hal ini dilakukan bertujuan agar informasi yang nantinya disampaikan oleh tim sukses dan Edi Satria. Dan media yang digunakan pada kampanye yaitu facebook, Instagram, serta baliho, billboard, spanduk, artibut sebagai bentuk publikasi yang mereka lakukan dalam memberikan sebuah informasi untuk menyebarluaskan kepada publik terkait pencalonan pada pemilu 2019.
3. Strategi, Edi Satria dan tim sukses melakukan sistem *door to door*. Pada sistem ini pertemuan-pertemuan yang dilakukan Edi Satria berupa undangan terbuka hingga observasi mendadak pada wilayah yang menjadi target sasaran utama Edi Satria.
4. Membangun citra, Edi Satria melakukan pendekatan secara langsung kepada masyarakat dengan menggunakan pesan yang sangat sederhana serta melihat dan mendengarkan secara langsung

permasalahan yang dialami masyarakat pada daerah tersebut. Sehingga membuat sebuah program kerja dan kegiatan yang nantinya akan dilakukan Edi Satria ketika terpilih menjadi Anggota Legislatif DPRD Riau.

5. Pesan, Edi Satria mengelompokkan 3 pemilih yaitu, pemilih pemula, pemilih matang dan pemilih usia lanjut. Setiap pesan yang diberikan Edi Satria dan tim sukses berbeda-beda pada setiap wilayah dan kalangan masyarakat yang mereka temui, hal ini menyangkut kepada masyarakat yang akan menerima pesan mereka. Pada setiap kampanye Edi Satria selalu melihat permasalahan yang terjadi pada daerah tersebut sehingga hal ini dapat memajukan daerah atau wilayah tersebut nantinya.
6. Peran tokoh masyarakat, Edi Satria melakukan pendekatan dan mengajak tokoh-tokoh yang memiliki peranan penting pada setiap wilayah untuk membantu keberlangsungan kampanye dalam menyakinkan masyarakat hal ini juga didorong dengan adanya media-media yang Edi Satria dalam kampanye
7. Pelaksanaan, Edi Satria melakukan kegiatan atau suatu acara yang berkaitan dengan masyarakat seperti perkumpulan pengajian, tergabung dalam suatu organisasi dibidang hobi, kegiatan amal sosial dalam membantu masyarakat yang terkena musibah, mendatangi kelompok-kelompok usaha kecil. Dan Edi Satria terlebih dahulu melakukan kampanye pada wilayah-wilayah yang telah mengenal Edi Satria pada saat menjadi camat diwilayah tersebut, hal ini menjadi nilai tambah bagi Edi Satria untuk dikenal oleh masyarakat, sehingga Edi Satria telah memiliki citra pada wilayah tersebut. Dan dalam membangun citra tersebut tidak terlepas pada hasil kinerja Edi Satria dahulunya dalam membangun daerah tersebut menjadi lebih baik.
8. Evaluasi, setelah pertemuan Edi Satria melakukan pendataan berupa daftar nama yang telah bertemu dengan Edi Satria yang nantinya akan diakumulasikan dan disesuaikan dengan jumlah pemilih yang telah memilih Edi Satria, hal ini dilakukan Edi Satria untuk mengetahui wilayah mana yang telah memilih Edi Satria dan terpengaruh dengan pesan yang diberikan kepada masyarakat sehingga berdampak pada citra Edi Satria pada wilayah tersebut.

Berdasarkan hasil pengamatan atau observasi yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan bahwa Komunikasi Politik Calon Anggota Legislatif DPRD Riau Edi Satria melakukan kampanye politik melalui publikasi di berbagai media, perencanaan kampanye dan pendekatan kepada masyarakat serta menjalin kerjasama dengan tokoh-tokoh masyarakat maupun masyarakatnya sendiri dalam melaksanakan strategi komunikasi politik calon anggota legislatif DPRD Riau Edi Satria pada pemilu 2019.

No	Foto	Keterangan
1.		Posko kemenangan yang merupakan tempat pemenangan calon anggota legislatif dan juga menjadi tempat berkumpul serta berdiskusinya tim sukses dengan calon anggota legislatif, yang juga terdapat spanduk, baliho, poster dan lain-lainnya
2.		Spanduk sebagai salah satu media kampanye dimana terdapat sebuah pesan “berjuang bersama menang” yang memiliki makna bahwa bersama-sama berjuang dalam membangun daerah demi kesejahteraan bersama.

<p>3.</p>		<p>Spanduk ini dipasang pada titik-titik wilayah yang strategis seperti persimpangan jalan, jalanan yang memiliki intensitas kendaraan. Dan juga terdapat kalender yang dimana sebagai salah satu media kampanye yang memiliki makna untuk mengingat calon anggota legislatif dan memilih pada pemilu.</p>
<p>4.</p>		<p>Atribut termasuk salah satu media kampanye calon anggota legislatif sebagai sebuah souvenir untuk masyarakat dari calon anggota legislatif yang mana atribut ini diberikan pada pertemuan yang dilakukan calon anggota legislatif dalam perkumupulan pengajian, pesan yang disampaikan pesan religious.</p>
<p>5.</p>		<p>Facebook dan Instagram termasuk sebagai salah satu media kampanye, dimana aktifitas kampanye yang dilakukan calon anggota legislatif dibagikan melalui sosial media ini, caleg mencoba melakukan pendekatan dengan pemilih pemula yang kebanyakan menggunakan sosial media</p>
<p>6.</p>		<p>Dalam postingan yang dilakukan terdapat beberapa dokumentasi yang dilakukan caleg ketika melakukan kampanye, yaitu kegiatan bantuan sosial yang diberikan kepada masyarakat yang mengalami musibah, yatim piatu dan kaum dhuafa, hal ini sebagai bentuk simpatisan kepada masyarakat.</p>
<p>7.</p>		<p>Dalam kegiatan ini dilakukan binaan kepada ibu-ibu rumah tangga untuk diberikan pembelajaran mengenai pembuatan kesenian yang nantinya akan memberikan keuntungan, hal ini dilakukan oleh tim sukses pada wilayah tersebut.</p>
<p>8.</p>		<p>Dalam postingan ini terdapat kegiatan perkumpulan atau pertemuan yang dilakukan calon anggota legislatif pada posko-posko pemenangan yang terdapat pada wilayah-wilayah tertentu dan juga terdapat pertemuan kepada tokoh pemuda yang terdapat pada wilayah tersebut</p>

9.			<p>Disini terdapat calon anggota legislatif melakukan pertemuan kepada pemilih matang dimana hal ini merupakan pertemuan untuk membicarakan permasalahan yang terjadi pada wilayah tersebut</p>
10.			<p>Melakukan kampanye kepada kelompok usaha rumahan yang dimana calon anggota legislatif melihat proses pembuatan produk pada kelompok usaha rumahan tersebut</p>
11.			<p>Calon anggota legislatif diundang pada kegiatan rutin yang dilakukan wilayah tersebut mengajak dan mengingatkan masyarakat untuk tidak lupa memilih beliau pada pemilu mendatang</p>
12.			<p>Dalam dokumentasi ini terdapat pertemuan yang dilakukan calon anggota legislatif kepada pemilih pemula yang notabennya kebanyakan pemuda-pemudi dan memberikan wadah nantinya untuk mereka dalam mengasah bakat dan serta menyalurkan hobi mereka.</p>

## 5. KESIMPULAN dan SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Dalam penelitian ini, fakta dan informan hasil penelitian mengenai strategi komunikasi politik calon anggota legislatif DPRD Riau Edi Satria pada pemilu 2019 melakukan 3 tahap pada strategi komunikasi politik 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 Edi Satria 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 seperti baliho, spanduk, kartu nama serta bingkisan berupa kerudung dan sarung untuk menarik perhatian masyarakat kepada Edi Satria, 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.

Penilaian ini dilakukan untuk melihat apakah tujuan dari strategi komunikasi politik berhasil atau tidak. Tahap ini juga sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kegiatan strategi komunikasi politik selanjutnya. Dalam strategi komunikasi politik yang dilakukan Edi Satria dengan tim suksesnya juga mengadakan evaluasi dalam kegiatan yang telah dilakukan, serta melakukan pendataan kepada masyarakat yang telah dikunjungi terhadap kepedulian masyarakat kepada Edi Satria dan juga berdasarkan dari data tersebut jumlah masyarakat yang tertarik dengan Edi Satria dengan jumlah suara yang nantinya diperoleh pada saat pemilihan. Solusi yang dilakukan setelah melakukan tahap evaluasi adalah dengan banyak mengadakan pertemuan langsung atau tatap muka dengan masyarakat agar masyarakat dapat melihat, merasakan serta mengenal secara langsung Edi Satria yang akan mereka pilih nantinya. Namun untuk permasalahan yang terjadi pada wilayah tersebut dapat disampaikan terlebih dahulu kepada tim sukses yang akan menampung aspirasi masyarakat yang nantinya akan dibahas oleh Edi Satria dan tim sukses dalam memecahkan masalah tersebut.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti, maka peneliti memiliki saran yang ingin peneliti sampaikan kepada calon anggota legislatif Edi Satria dan tim sukses terkait dengan strategi komunikasi politik berupa saran praktis kepada calon anggota legislatif dan tim sukses, serta saran teoritis kepada peneliti berikutnya yang memiliki keinginan untuk melakukan penelitian yang serupa.

1. Untuk mencapai atau memperoleh suara dari masyarakat memang diperlukannya kerja keras, hal ini sudah dilakukan tim sukses calon anggota legislatif, yaitu dengan menggunakan strategi komunikasi politik secara efektif dan tepat sasaran, namun sangat disayangkan pencitraan kepada tokoh kurang kuat mengingat tidak seluruh wilayah atau yang dapat dijangkau oleh calon anggota legislatif sehingga hanya beberapa kecamatan saja yang dikunjungi dari total 12 kecamatan, sehingga tidak seluruh kecamatan yang mengetahui calon anggota legislatif. Namun lebih banyak mementingkan daerah yang pernah menjadi rekam jejak calon anggota legislatif dalam berkampanye.
2. Dalam menampilkan media cetak seperti baliho dan spanduk yang dipasang pada sejumlah titik-titik wilayah tertentu sebaiknya lebih mengedepankan slogan dari calon anggota legislatif dibandingkan dengan gambar serta nomor urut pada surat suara sehingga terlihat berbeda spanduk dan baliho dari calon anggota legislatif lainnya, karena dengan penggunaan baliho dan spanduk yang memiliki konsep berbeda sangat menarik perhatian masyarakat.