

# Strategi Komunikasi Politik Pasangan Calon Basri-Najirah Terhadap Pasangan Calon Neni-Joni Dalam Pemilukada Kota Bontang 2020

Winda Hapsari, Nurliah

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman, Samarinda  
Jl. Kuaro, Gn. Kelua, Kec. Samarinda Ulu, Kota Samarinda, Kalimantan Timur 75119

## ARTICLE INFO

### Article history:

Received Jul 23, 2022  
Revised Jul 31, 2022  
Accepted Aug 30, 2022

### Keywords:

Politik;  
Pemilukada;  
Strategi Komunikasi  
Politik.

## ABSTRACT

The general election for regional heads (Pemilukada) is carried out in the Election of Governors, Regents, and Mayors. The city of Bontang in 2020 has two pairs of candidates for mayor and deputy mayor of Bontang, namely candidate pairs number one Basri Rase and Najirah and rivals from number two, namely Neni Moerniaeni and Joni Muslim. The political communication strategy is formulated before the day of the regional head election arrives, usually starting with the stages of fact research, planning, implementation, evaluation, and reporting. The stages of formulating a political communication strategy are of course carried out to maximize political communication activities so that politically charged goals can be realized. All activities formulated in the strategy stage of course use political communication in its implementation. The purpose of this study is to determine the political communication strategy of the Basri-Najirah candidate pair against the Neni-Joni candidate pair in the 2020 Bontang City Election. The analytical method used is descriptive analysis. Taking the subject of this research using purposive sampling technique. Sources of data obtained through interviews, observations and literature in accordance with this study. The results of this study indicate that the Political Communication Strategy carried out by the Basri-Najirah Pair in the 2020 Bontang City Election is in accordance with the stages of the communication strategy proposed by Hafied Cangara. Conducting socialization with the community, evaluating to assess what things should be improved during the political communication and campaign processes, as well as reporting to report the results of the evaluation in order to get suggestions for improvement.

## ABSTRAK

Pemilihan umum kepala daerah (Pemilukada) dilakukan dalam Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota. Kota Bontang tahun 2020 memiliki dua pasangan calon walikota dan wakil walikota Bontang, yakni pasangan calon nomor urut satu Basri Rase dan Najirah serta rivalnya dari nomor urut dua yaitu Neni Moerniaeni dan Joni Muslim. Strategi komunikasi politik dirumuskan sebelum hari pemilihan kepala daerah itu tiba, biasanya diawali terlebih dahulu dengan tahapan penelitian fakta, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pelaporan. Tahapan penyusunan strategi komunikasi politik tentunya dilaksanakan untuk memaksimalkan kegiatan komunikasi politik agar tujuan yang bermuatan politik dapat diwujudkan. Seluruh kegiatan yang dirumuskan dalam tahapan strategi tentu menggunakan komunikasi politik dalam pelaksanaannya. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi politik pasangan calon Basri-Najirah terhadap pasangan calon Neni-Joni dalam Pemilukada Kota Bontang 2020. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif. Pengambilan subyek penelitian ini menggunakan teknik Purposive Sampling. Sumber data diperoleh melalui wawancara, observasi serta literatur yang sesuai dengan penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi Komunikasi Politik yang dilakukan oleh Pasangan Basri-Najirah dalam Pemilukada Kota Bontang 2020 memiliki kesesuaian dengan tahapan strategi komunikasi yang dikemukakan oleh Hafied Cangara. Melakukan sosialisasi dengan masyarakat, evaluasi untuk menilai hal apa yang harus diperbaiki selama proses komunikasi politik dan kampanye dilakukan, serta pelaporan untuk melaporkan hasil dari evaluasi agar mendapatkan saran-saran perbaikan.

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



**Corresponding Author:**

Nurliah,  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik,  
Universitas Mulawarman,  
Jl. Kuaro, Gn. Kelua, Kec. Samarinda Ulu, Kota Samarinda, Kalimantan Timur 75119.  
Email: nurliah@gmail.com

---

## I. PENDAHULUAN

Pemilukada merupakan pagelaran pesta demokrasi yang dilaksanakan di seluruh wilayah Indonesia, tanpa terkecuali di Kota Bontang. Landasan tentang pemilihan umum kepala daerah (Pemilukada) didasarkan pada Undang-undang Nomor 22 Tahun 2014 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota. Pemilihan kepala daerah di Kota Bontang tahun 2020 memunculkan dua pasangan calon walikota dan wakil walikota Bontang, yakni pasangan calon nomor urut satu Basri Rase dan Najirah serta rivalnya dari nomor urut dua yaitu Neni Moerniaeni dan Joni Muslim.

Terdapat hal menarik dalam pemilukada Kota Bontang kali ini, yakni pecah kongsi yang terjadi pada kepemimpinan sebelumnya antara Neni Moerniaeni dan Basri Rase yang awalnya berpasangan sebagai kepala daerah dan wakil kepala daerah dengan jabatan Neni Moerniaeni sebagai walikota dan Basri Rase sebagai wakil walikota, namun di panggung pemilukada 2020 mereka menjadi rival. Pada perhelatan pemilukada Kota Bontang 2020 Basri Rase berpasangan dengan Najirah Darma sedangkan Neni Moerniaeni memilih Joni Muslim sebagai pasangan duetnya di panggung politik pemilukada.

Dalam pemilukada Kota Bontang 2020 pasangan Basri Rase dan Najirah akan melawan pasangan Neni Moerniaeni dan Joni Muslim yang merupakan pasangan calon yang sangat kuat dengan koalisi gemuk yakni diusung oleh partai Golkar, PKS, PPP, PAN, Nasdem, Hanura, Berkarya serta Gerindra, didukung oleh partai-partai non kursi yakni Demokrat, PBB PSI, Garuda, Perindro, dan PKPI, sedangkan pasangan calon Basri Rase dan Najirah hanya diusung oleh dua partai yakni PDIP dan PKB. Bukan hanya diusung oleh koalisi gemuk dan dukungan dari partai politik, pasangan calon Neni-Joni juga mendapat dukungan dari lintas komunitas, berdasarkan berita yang dirilis oleh Akurasi.id pada 02 September 2020 membahas fakta bahwa pasangan calon Neni-Joni didukung sepenuhnya oleh beberapa komunitas yang ada di kota Bontang antara lain: IKAPARTI, Relawan Gadjahmada, Ikatan Pemuda Toraja Bersatu dan KomunitasRX-King. Lintas komunitas tersebut beramai-ramai menyatakan dukungan kepada pasangan calon Neni-Joni pada Pemilukada Kota Bontang 2020.

Selain unggul dalam dukungan koalisi partai pengusung, terdapat hasil survei yang juga menyatakan keunggulan pasangan Neni-Joni dibandingkan pasangan calon Basri-Najirah. Survei yang menyatakan keunggulan Neni-Joni adalah survei dari Indo Barometer yang dirilis oleh SindoNews.co pada Kamis, 03 Desember 2020 terkait hasil survei elektabilitas calon walikota dan wakil walikota Bontang tahun 2020. Survei yang dilaksanakan pada 23-28 November 2020 dengan metode multistage random sampling terhadap 402 responden, dengan margin of error 4,88 persen dengan tingkat kepercayaan 95 persen, survei dilaksanakan di seluruh wilayah Bontang yang terdiri dari tiga kecamatan. Teknik pengumpulan data pada survei tersebut adalah wawancara tatap muka dengan responden survei adalah warga Kota Bontang yang sudah memiliki hak pilih, yakni warga berusia 17 tahun atau lebih. Hasil dari survei tersebut menyatakan Neni-Joni memiliki tingkat elektabilitas sebesar 53,0 persen sedangkan pasangan Basri-Najirah 28,0 persen, yang menjawab

rahasia 4,5 persen, belum memutuskan 13, 4 persen, sementara yang tidak menjawab hanya 0,7 persen. Dari hasil tersebut dapat kita lihat perbedaan hasil survei kedua pasangan calon cukup jauh yakni terpaut 24,6 persen dengan hasil elektabilitas NeniJoni mengungguli Basri-Najirah.

Pemilihan kepala daerah di Kota Bontang yang dilaksanakan pada 9 Desember 2020 melalui beberapa proses sebelum hari penghitungan suara tiba. Berdasarkan data rekapitulasi daftarpemilih tetap (DPT) yang ditetapkan dalam rapat pleno komisi pemilihan umum pada Oktober 2020 silam menyatakan bahwa pemilihan umum kepala daerah di Kota Bontang tahun 2020 memiliki rincian pemilih yang tersebar di tiga kecamatan se-Bontang yakni sebanyak 121.694 jiwa. Rinciannya, pemilih lakilaki sejumlah 62.875 dan perempuan 58.819 jiwa.

Hasil penghitungan cepat (real count) KPU pada Pemilukada Kota Bontang 2020 sudah final. Pada Desember 2020 data masuk sudah 100 persen dari 375 TPS. Hasilnya pasangan Basri- Najirah unggul dari pasangan Neni Moerniaeni-Joni Muslim. Basri- Najirah memperoleh 45.158 suara atau 52,5 persen. Sementara NeniJoni memperoleh 40.785 suara atau 47,5 persen. Data penghitungan cepat (real count) KPU ini dirilis melalui situs website resminya, pemilukada2020.kpu.go.id. Dari situs resmi komisi pemilihan umum terpantau Basri-Najirah unggul di Bontang Selatan dengan perolehan suara 18.748 sementara Neni-Joni hanya 14.576 suara. Dua kecamatan lainnya, Basri-Najirah juga unggul di Bontang Barat dengan selisih ratusan suara. Sementara di Bontang Utara, Neni-Joni unggul dengan selisih tak lebih dari dua ratus suara. Akibatnya, dari tiga kecamatan tersebut pasangan Basri- Najirah unggul dari pasangan Neni-Joni.

Kemenangan tak terduga dari pihak Basri-Najirah merupakan hal yang jauh dari prediksi dan tidak pernah disangka sebelumnya. Kemenangan pasangan BasriNajirah tentu tidak terlepas dari matangnya perencanaan strategi komunikasi politik yang disusun oleh mereka dan tim pemenangannya. Strategi komunikasi politik menurut Onong Ochjana dalam buku berjudul dinamika komunikasi politik adalah perpaduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan-tujuan yang sifatnya politik.

Strategi komunikasi politik biasanya dirumuskan sebelum hari pemilihan kepala daerah itu tiba, biasanya diawali terlebih dahulu dengan tahapan penelitian fakta, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pelaporan. Tahapan penyusunan strategi komunikasi politik tentunya dilaksanakan untuk memaksimalkan kegiatan komunikasi politik agar tujuan yang bermuatan politik dapat diwujudkan. Seluruh kegiatan yang dirumuskan dalam tahapan strategi tentu menggunakan komunikasi politik dalam pelaksanaannya.

Jika dinilai dari perpektif komunikasi, pasangan calon Basri dan Najirah seringkali mempraktikkan formula komunikasi Harold Laswell yakni Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect? yang jawabannya mencakup seluiruh unsur atau komponen komunikasi yakni komunikator, media, pesan, komunikan, dan efek. Pasangan Basri-Najirah ini memiliki kebiasaan berkomunikasi dengan masyarakat dengan cara turun ke jalan dan menyapa langsung masyarakat dari jarak dekat, menentukan siapa sasaran komunikasi politiknya dan apa isi pesan politik dalam percakapan mereka bersama masyarakat. Mereka menyadari bahwa Kota Bontang begitu kecil untuk tidak saling menyapa secara langsung, sehingga untuk menarik perhatian masyarakat yang biasa hidup berdampingan tentunya mereka harus turun langsung dan menaruh perhatian penuh terhadap perhatian masyarakat.

Salah satu bentuk dari realisasi strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh pasangan calon Basri dan Najirah adalah menyusun serangkaian program untuk mengatasi permasalahan yang dialami masyarakat Kota Bontang yang dituangkan dalam visi misinya. Selanjutnya, strategi yang

dilakukan oleh pasangan calon Basri dan Najirah adalah mempersuasi masyarakat dengan pendekatan yang sifatnya cenderung lebih psikologis dan mempersuasi lebih personal dalam pertemuan langsung dibandingkan mempromosikan diri melalui dunia maya. Pasangan calon Basri-Najirah menjadikan masyarakat Bontang dari kalangan menengah kebawah dan para UMKM sebagai sasaran komunikasi politik untuk mendukung program kerja mereka dan mewujudkannya lewat kemenangan dalam pemilihan umum.

## II. METODE PENELITIAN

### 1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, metode analisis yang digunakan yaitu analisis kualitatif dengan cara deskriptif. Metode kualitatif berusaha mengungkapkan berbagai keunikan dari individu, kelompok, organisasi dan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari dengan cara rinci serta menyeluruh. Melalui pengetahuan dan informasi tersebut dapat dilakukan pengukuran atas masalah dengan jelas dan terperinci. Jadi penelitian deskriptif ini memberi gambaran yang sangat kaya data dan analisis terkait berhubungan dengan karakteristik dari hal yang diteliti.

### 2. Fokus Penelitian

Fokus penelitian dirumuskan berdasarkan urgensi yang dirumuskan dalam penelitian. Dalam hal ini peneliti memfokuskan penelitiannya pada strategi-strategi yang digunakan oleh pasangan calon Basri-Najirah dalam melakukan komunikasi politiknya menggunakan Peneliti menggunakan tahapan strategi komunikasi yang dimuat dalam buku berjudul Perencanaan & Strategi Komunikasi milik Hafied Cangara yang terdiri dari lima tahapan yakni : Penelitian; Perencanaan; Pelaksanaan; Evaluasi; Pelaporan. Tahapan strategi komunikasi dipilih untuk meneliti strategi komunikasi politik yang dilakukan pihak Basri-Najirah dalam memenangkan pemilukada.

### 3. Lokasi Penelitian

Lokasi penulis untuk memperoleh informasi serta data-data yang diperlukan untuk menunjang proses penelitian adalah di Kota Bontang, Kalimantan Timur, Indonesia.

### 4. Jenis dan Sumber Data

Data primer atau disebut juga sebagai data tangan pertama adalah data asli yang diperoleh secara langsung dari subyek penelitian. Data primer biasanya didapatkan dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, serta dapat juga dilakukan dengan observasi atau pengamatan secara langsung terhadap apa yang dilakukan oleh obyek penelitian. Dalam menentukan subyek penelitian ini, peneliti menggunakan teknik Purposive Sampling. Peneliti menetapkan key informan dalam penelitian ini yakni Bapak H. Maming selaku ketua tim pemenangan pasangan calon Basri- Najirah dalam pemilihan umum kepala daerah Kota Bontang tahun 2020. Sedangkan informan dalam penelitian terdiri dari berbagai pihak, diantaranya: Bapak Basri Rase selaku walikota terpilih yang menang dalam pemilukada Kota Bontang tahun 2020; Ibu Hj Najirah selaku wakil walikota terpilih dalam pemilukada Kota Bontang tahun 2020; Perwakilan dari partai pengusung pasangan calon Basri-Najirah, yakni satu dari partai PDIP dan satu dari partai PKB; Anggota tim pemenangan Basri-Najirah yang dibagi berdasarkan jumlah kecamatan di Kota Bontang, yakni satu orang ditiap kecamatan yang terdiri dari Kecamatan Bontang Selatan, Bontang Utara dan Bontang Barat, sehingga totalnya tiga orang anggota tim pemenangan. Data Sekunder

diperoleh dari dokumen- dokumen, catatancatatan, arsip-arsip resmi, serta literatur lainnya yang relevan untuk melengkapi data primer dalam sebuah penelitian.

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data yang diperlukan berkaitan dengan obyek yang diteliti, sebagai berikut: *Field Research*, atau penelitian lapangan. Dilakukan dengan cara wawancara yaitu proses menggali dan mencari informasi dengan cara bertanya kepada obyek yang diteliti berkaitan dengan bidang yang diteliti. *Library Research*, yaitu pengumpulan data dengan yang diperoleh dari buku-buku, dokumen-dokumen, catatan-catatan, atau literatur terpercaya yang ada hubungannya dengan bidang yang diteliti.

#### 5. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif. Langkah-langkah teknik analisis data yang digunakan adalah:

- a. Pengumpulan Data: Proses awal dalam mengumpulkan data ialah proses pengumpulan data. Proses ini berusaha menghimpun sebanyak-banyaknya data berdasarkan hasil dari wawancara, catatan lapangan, observasi dan bahan- bahan lainnya.
- b. Reduksi Data: Setelah proses pengumpulan data, langkah selanjutnya ialah mereduksi data. Proses ini merangkum, memilah hal-hal yang dianggap penting, dan membuang hal yang tidak perlu sehingga tidak kesulitan dalam membuat kesimpulan.
- c. Penyajian Data: Langkah lanjutan setelah pengumpulan data dan reduksi data ialah penyajian data. Penyajian data bisa dilakukan dalam menyajikan data berbentuk uraian singkat, bagan, dan hubungan antar kategori satu dengan kateori lain. Penyajian data ini harus mengacu pada rumusan masalah sehingga yang tersaji adalah deskripsi mengenai kondisi yang sesuai serta dapat menceritakan dan menunjukkan pada permasalahan yang ada.
- d. Penarikan Kesimpulan: Dalam sebuah penelitian, penarikan kesimpulan dilakukan setelah data terkumpul dan dapat disajikan. Lalu dapat ditariklah kesimpulan berdasarkan masalah yang ada.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Hasil Penelitian

##### a. Tahapan Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi memiliki berbagai tahapan salah satunya strategi komunikasi lima tahapan yang dikemukakan oleh Hafied Cangara. Tahapan strategi komunikasi terdiri dari:

##### 1) Penelitian

Tahap penelitian atau riset ini diartikan sebagai tahapan penyelidikan dengan penuh kehati-hatian dan sistematis sesuai dengan prinsip-prinsip yang benar demi menciptakan keputusan akhir yang tepat (Kriyantono, 2014:2). Tahapan awal yakni riset yang dilakukan oleh tim pemenangan Basri- Najirah merupakan riset terapan, riset jenis dilakukan dengan maksud untuk menyelidiki dan menemukan fakta di lapangan terkait karakteristik dan latar belakang pemilih di Kota Bontang sebagai bahan pertimbangan dan landasan dalam perumusan strategi yang sesuai.

Riset sebagai tahapan awal dilakukan oleh tim pemenangan Basri- Najirah setelah selesai menentukan siapa nantinya yang akan diusung sebagai kepala daerah, hal itu dilakukan untuk mengenali karakteristik masyarakat Bontang sebagai calon pemilih dalam pemilukada, Berdasarkan hasil wawancara oleh Ocha selaku bagian dari tim pemenangan mengatakan:

*“Setelah PKB dan PDIP sudah jelas mengusung nama calon kepala daerah, dilakukanlah survei independen dan survei yang dilakukan parpol sendiri. Dari survei kami dapat melakukan pemetaan, baiksuku, agama, tingkat pendidikan, kebiasaan dan umur calon pemilih yang ada di Bontang.” (Wawancara pada 24 Mei 2022).*

Dari hasil survei yang dilakukan baik oleh pasangan calon secara independen maupun dari partai politik pengusung dapat diketahui karakteristik masyarakat Kota Bontang. Pemahaman tentang karakteristik masyarakat dinilai sebagai hal yang sangat penting sebelum memetakan dan merumuskan strategi apa yang akan digunakan untuk menarik perhatian masyarakat Kota Bontang. Dalam proses penelitiannya tentang karakteristik masyarakat Kota Bontang, Basri Rase selaku kepala daerah terpilih pun mengakui bahwa tidak begitu sulit menjangkau masyarakat Bontang dengan keberagamannya, pihaknya dan tim pemenangannya hanya perlu menyesuaikan cara berkomunikasi mereka dengan latar belakang dan kondisi masyarakat yang sedang mereka kunjungi saat kampanye berlangsung.

Tahapan penelitian merupakan tahapan menemukan berbagai data, fenomena dan fakta yang ada di lapangan secara nyata. Hal itu menjadi bahan untuk mulai membuat pemetaan masyarakat sesuai dengan kesamaan karakteristik mereka. Sebagai bagian dari tim pemenangan yang terlibat langsung saat proses pendekatan kepada masyarakat dilakukan, Denny mengungkapkan masyarakat Bontang dapat dibagi berdasarkan tingkat perekonomian dan latar belakang pendidikannya.

Dari penggolongan itu dapat dijadikan bahan dasar pertimbangan, pendekatan apa yang akan dilakukan pada masing-masing golongan tersebut sesuai dengan latar belakangnya. Selain penggolongan berdasarkan latar belakangnya, pihak tim pemenangan Basri-Najirah juga mengklasifikasikan masyarakat Kota Bontang berdasarkan keberpihakan mereka pada kandidat yang akan maju saat pilukada dan potensi dukungan yang akan mereka peroleh. Setelah berkeliling mengunjungi beberapa wilayah di Kota Bontang untuk mengetahui bagaimana karakteristik dan keberpihakan mereka pada calon kepala daerah yang maju saat pilukada, tim pemenangan Basri-Najirah menggolongkan masyarakat Kota Bontang menjadi tiga golongan.

## 2) Perencanaan

Pada tahapan perumusan inilah dilakukan pula proses perancangan pesan-pesan politik serta calon komunikator-komunikator politik yang nantinya akan melakukan komunikasi politik dengan calon pemilih di Kota Bontang, orang-orang tersebut akan menjadi satu tim yang dinamakan tim pemenangan Basri-Najirah. Proses pembentukan tim pemenangan itu juga menjadi bagian yang penting, mengingat pasangan Basri-Najirah hanya diusung oleh dua partai politik maka pada proses pembentukan struktur pada tim pemenangan tidak begitu rumit, pembagian kekuasaan dilakukan sesuai dengan jumlah anggota partai dan posisi yang dibutuhkan dalam tim pemenangan.

Pada tahapan perencanaan ini didasarkan pada fakta dan data yang telah didapatkan dilapangan dari tahapan sebelumnya yakni tahap penelitian, dengan harapan perencanaan strategi komunikasi politiknya sesuai dengan kehendak rakyat dan tujuan tim pemenangan tercapai. Tim pemenangan Basri-Najirah melakukan perekrutan pada beberapa orang pada masing-masing RT di Kota Bontang untuk menjadi Satgas Khusus yang dipercayakan oleh

tim pemenangan Basri-Najirah melakukan mobilisasi massa untuk memperoleh dukungan serta melakukan tindakan antisipasi dengan aksi berkeliling rutin para satgas khusus setiap harinya mengunjungi rumah para RT untuk memastikan tidak ada kecurangan yang berpotensi terjadi pada pemilukada ini.

Selain perumusan strategi tersebut direncanakan juga proses komunikasi politik yang menyesuaikan hasil penelitian terhadap karakteristik masyarakat Kota Bontang yang beragam yakni dengan melakukan pendekatan psikologis dengan menyesuaikan latar belakang mereka, proses komunikasi politik yang dilakukan sebelum mensosialisasikan program kerja dan visi-misinya dilakukan dengan sangat memperhatikan dan menyesuaikan cara komunikasi masyarakat yang mereka kunjungi untuk dapat memahami kondisi psikologisnya dan dapat mempengaruhi pilihan politiknya dengan cara mengakrabkan diri dan berusaha memahami kebutuhan dan keluhan mereka.

Selain jenis perumusan strategi komunikasi secara langsung, terdapat pula strategi komunikasi tidak langsung, yakni kampanye melalui media sosial. Pihak Basri-Najirah berusaha menjangkau semua aspek dalam proses komunikasi politiknya untuk mendapatkan dukungan, salah satunya adalah dengan melakukan kampanye di media sosial sebagai bentuk komunikasi tidak langsung. Pihak Komisi Pemilihan umum Kota Bontang memberikan persyaratan bagi masing-masing pasangan calon untuk memiliki media resmi sebagai wadah tersendiri bagi pasangan calon dan timnya mempublikasi kegiatan yang dilakukan selama proses kampanye, selain itu media sosial pribadi dari masing-masing pasangan calon juga dijadikan sebagai media komunikasi politik untuk melakukan kampanye berbasis digital.

### 3) Pelaksanaan

Pada tahapan ini strategi komunikasi yang dirumuskan dilaksanakan sesuai dengan perencanaan sebelumnya, yakni sosialisasi blusukan secara menyeluruh keseluruhan lingkungan, penggerakan satgas khusus baik ditingkat RT, kelurahan, maupun kecamatan yang ada di Kota Bontang, pelaksanaan aksi satgas khusus dan relawan yang bertugas sebagai buruh serbu untuk antisipasi pelanggaran dalam proses kampanye, serta kegiatan kampanye berbasis daring yang dilakukan melalui media komunikasi massa yakni media sosial.

Pelaksanaan strategi sosialisasi dengan metode blusukan ke masing-masing RT dilakukan oleh pasangan Basri-Najirah beserta tim dengan melakukan pembagian tugas dan wilayah jangkauan untuk memaksimalkan kegiatan sosialisasi tersebut, mereka membagi timnya ke beberapa tempat berbeda dalam satu waktu sekaligus untuk memastikan seluruh titik kampanye yakni 505 RT itu dapat dikunjungi satu per satu.

Dari hal tersebut dapat kita pahami bahwa tim pemenangan Basri Najirah melaksanakan strategi komunikasi politik sesuai dengan perumusan yang telah dilakukan pada tahapan sebelumnya dengan mengutamakan metode blusukan dan pertemuan secara langsung dengan para calon pemilih yang ada di Kota Bontang untuk menggugah rasa empati dan meyakinkan mereka dengan cara berkomunikasi secara langsung untuk menjelaskan visi misi dan program kerja mereka sebagai pesan politik yang mereka bawa saat proses kampanye.

Strategi yang dijalankan tidak hanya sosialisasi yang dilakukan di banyak titik, dan penggunaan media sosial sebagai media komunikasi tidak langsung untuk melaksanakan kampanye, namun terdapat juga pelaksanaan dari perencanaan strategi lainnya, yakni aksi pergerakan yang dilakukan oleh Satgas Khusus di hampir seluruh wilayah Bontang, terutama

di wilayah militansi lawan yakni daerah Kelurahan Loktuan, aksi satgas khusus atau yang biasa disebut buruh serbu berkeliling untuk memberikan peringatan dan pencegahan kepada pihak-pihak yang dikhawatirkan berpotensi melakukan penyimpangan pada pemilihan umum, pihak Basri- Najirah menilai bahwa aksi satgas khusus sangat berdampak baik untuk memangkas adanya kemungkinan penyelewengan yang dapat terjadi selama proses kampanye berlangsung.

#### 4) Evaluasi

Tahap evaluasi dimaksudkan untuk meninjau hasil akhir dari pelaksanaan strategi dengan kesesuaian rencana pelaksanaannya. Tahap ini penting untuk mengetahui kekurangan apa yang harusnya diperbaiki. Perbaikan pada tahap ini berguna untuk perumusan dan pelaksanaan yang lebih baik lagi kedepannya. Dalam kegiatan pelaksanaan strategi komunikasi politik yang dilakukan untuk memenangkan pasangan Basri- Najirah, terdapat beberapa hal yang mestinya harus dievaluasi yakni dari segi pembuatan visi misi yang dilaksanakan pada tahap perumusan, idealnya visi misi dibuat sesuai dengan kemampuan implementasi pembuatnya. Dalam pembuatan visi misi menurut H. Maming selaku ketua tim pemenangan pihaknya harus memperbaiki pertimbangan kapan program kerja dalam visi misi tersebut dapat dilaksanakan sesuai dengan rentang waktu menjabat, bahkan beliau menilai bahwa calon kepala daerah yang ingin maju saat pemilihan umum harusnya bisa juga mengadopsi beberapa program kerja dan visi misi dari kepala daerah yang sedang menjabat agar tahun pertama kepemimpinan dapat dilaksanakan program yang sama dan sesuai sebab jika tidak dilaksanakan demikian dapat berpengaruh pada menurunnya tingkat kepercayaan masyarakat pada kepala daerah yang baru terpilih.

Evaluasi ini bersifat perbaikan terhadap proses perumusan visi-misi agar dapat lebih baik dan menguntungkan kedepannya. Selain itu, evaluasi juga dinyatakan oleh Basri Rase perihal ketidaksesuaian waktu saat jadwalkampanye yang mengakibatkan mereka tidak mampu maksimalmengunjungi seluruh titik atau terlambat sampai pada titik tertentu Pada tahapan ini, pasangan calon dan tim pemenangannya berkesempatan memperbaiki kesalahan yang harus diperbaiki selama proses perumusan maupun proses pelaksanaan strategi komunikasi yang dirumuskan untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan.

#### 5) Pelaporan

Tahapan akhir dari strategi komunikasi adalah pelaporan. Dalam pelaporan biasanya dibuat secara tertulis terkait hasil yang diperoleh setelah pelaksanaan strategi untuk dijadikan bahan pertimbangan sebelum menentukan strategi selanjutnya, dapat juga dijadikan landasan perbaikan bagi perumusan dan pelaksanaan strategi komunikasi di masa yang akan datang.

Tujuan dari tahapan akhir ini adalah untuk melaporkan hasil evaluasi kepada pihak-pihak terkait. Berdasarkan hasil wawancara pihak pasangan Basri-Najirah dan tim pemenangannya memiliki jadwal rutin untuk pelaporan perkembangan dan pelaksanaan proses kampanyenya yakni dalam kurun waktu seminggu sekali pada pertemuan-pertemuan terjadwal yang dilaksanakan oleh tim pemenangan

Dari penjelasan tersebut, dapat kita pahami bahwa pelaporan ialah tahapan penutup dari tahapan strategi yang digunakan untuk membedah bahan-bahan evaluasi untuk ditemukan perbaikan-perbaikan agar pelaksanaankedepannya lebih maksimal.

## 2. Pembahasan

Hasil penelitian atau riset yang dilakukan pada calon pemilih di Kota Bontang pada pemilukada dapat dianalisis menggunakan analisis SWOT, teknik analisis ini diperkenalkan oleh pemimpin proyek riset di Universitas Stanford bernama Alberth Humphrey, dalam teknik analisis data hasil riset ini dikaji dan dijabarkan apa saja yang merupakan kekuatan (Strength), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunity) dan ancaman (Threat). Teknik analisis data riset dengan SWOT ini adalah cara sistematis untuk mengidentifikasi strategi mana nantinya yang paling cocok dijalankan berdasarkan hasilnya, serta penggunaan teknik analisis SWOT ini mendukung asumsi bahwa segala sesuatu akan berjalan dengan baik dan efektif apabila kita berusaha memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan serta ancaman yang ada.

Berdasarkan hasil penelitian dapat kita simpulkan bahwa pada proses perumusan strategi komunikasi politik Basri-Najirah memuat beberapa bentuk komunikasi politik yang biasanya digunakan oleh para politikus. Menurut Rodriguez Andres dalam (Triwicaksono & Nugroho, 2021) bentuk-bentuk komunikasi politik antara lain : **Retorika** (dalam konsep yang diciptakan oleh tim pemenang Basri- Najirah retorika politik dijadikan salah satu strategi jitu, dalam hal ini yakni pemilihan Basri Rase dan Najirah sebagai komunikator politik utama pada berbagai kesempatan baik tampil saat sosialisasi di hadapan masyarakat, maupun saat tampil dalam debat kandidat sebelum pemilukada dilaksanakan. Kemampuan retorika untuk menarik perhatian masyarakat itu dilakukan untuk membuktikan kepada masyarakat bahwa mereka sosok yang berkompeten untuk tampil dan dapat memberikan pengaruh kepada masyarakat melalui isi pesan yang disampaikan saat menjadi komunikator politik), **Agitasi politik** (kegiatan ini dilakukan untuk menggerakkan dan membangkitkan Gerakan politik, misalkan dengan adanya relawan Basri-Najirah dengan Gerakan Baper (Bawa Perubahan) yang menjadi slogan wajib mereka. Agitasi politik yang dilakukan pihak Basri-Najirah dan tim pemenangnya tidak menimbulkan kekacauan dan perpecahan di Kota Bontang), **Propaganda** (yang digunakan oleh pihak Basri-Najirah yakni propaganda merendahkan diri, yakni teknik propaganda dengan memikat simpati khalayak dengan meyakinkan khalayak bahwa seseorang dan gagasannya itu baik, hal itu dapat dilihat dari strategi komunikasi politik mereka yakni politik simpati dengan menghadirkan diksi-diksi bahwa ibu Najirah sebagai calon wakil walikota sedang berusaha melanjutkan amanat suaminya yakni Bapak Adi Darma yang meninggal sebelum pemilihan kepala daerah di Kota Bontang), **Public Relation (PR) Politik** (Basri-Najirah menunjukkan bahwa mereka mampu membangkitkan antusiasme masyarakat saat sosialisasi visi misi. Mereka mempraktikkan komunikasi horizontal antara mereka dengan masyarakat biasa seperti seseorang yang sudah akrab dan bersahabat, hal itu dapat dibuktikan dari banyaknya momentum kebersamaan masyarakat dengan Basri-Najirah saat menghadiri acara-acara dan undangan masyarakat mereka datang sebagai tamu dengan sosok dan reputasi baik sesuai dengan image aktor politik yang dibentuk dalam diri mereka), **Kampanye Politik** (konsep kampanye yang dirancang oleh pihak Basri- Najirah direncanakan dengan menjadikan sosialisasi dan kunjungan blusukan ke masyarakat Bontang sebagai agenda utamanya, rencana kunjungan kepada 505 RT yang ada di Kota Bontang merupakan kegiatan terjadwal yang berencana dilaksanakan oleh pihak Basri- Najirah), **Lobi Politik** (proses lobi politik biasanya dilakukan lebih sering kepada partai-partai koalisi dalam pemilukada, namun pada proses perancangan strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh pihak Basri-Najirah lobi politik diarahkan kepada para tokoh masyarakat di wilayah-wilayah titik mereka akan melaksanakan komunikasi politik yang bertujuan untuk dapat mendekati masyarakat sekitar dengan dibawa atau diperkenalkan oleh tokoh masyarakat yang lebih dulu

dikenali di daerah tersebut. Misalnya pihak Basri-Najirah mengunjungi wilayah Berbas Tengah yang masyarakatnya didominasi oleh suku mamuju, maka mereka akan melakukan lobi dengan mendekati tokoh masyarakat mamuju disana sebelum melakukan pendekatan dengan masyarakat dengan suku mamuju yang lebih luas disana), **Media Massa** (penggunaan media massa sebagai saluran komunikasi politik dari dilakukan oleh pihak Basri-Najirah dengan menghadirkan media resmi mereka dalam fanspage facebook, yakni BolehMedia, media tersebut bertugas mempublikasi berita tentang kegiatan Basri-Najirah dan memperkenalkan Visi Misi mereka, selain itu media massa ini juga bertugas sebagai pembentuk citra Basri-Najirah sebagai sosok yang baik dihadapan masyarakat Bontang agar tercipta Opini publik yang menguntungkan bagi mereka. BolehMedia menyajikan berita-berita baik yang menarik perhatian khalayak seputar karakter dan kebiasaan Basri- Najirah agar sosok mereka dikenali masyarakat sebagai sosok pemimpin idaman yang dekat dengan rakyatnya).

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan analisa keseluruhan hasil wawancara dan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti pada Strategi Komunikasi Politik Pasangan Calon Basri- Najirah terhadap Pasangan calon Neni-Joni dalam PemiluKada Kota Bontang 2020, maka dapat disimpulkan bahwa :

Strategi Komunikasi Politik yang dilakukan oleh Pasangan Basri-Najirah dalam PemiluKada Kota Bontang 2020 memiliki kesesuaian dengan tahapan strategi komunikasi yang dikemukakan oleh Hafied Cangara, yakni penelitian yang dimaksudkan untuk memahami fakta dan karakteristik calon pemilih di Kota Bontang sebagai landasan pembuatan strategi komunikasi, perumusan untuk merencanakan dan menentukan cara melakukan komunikasi yang dapat menarik dukungan dari pemilih di Kota Bontang, pelaksanaan yakni pengimplementasian strategi yang dirumuskan yaitu sosialisasi dengan masyarakat, evaluasi untuk menilai hal apa yang harus diperbaiki selama proses komunikasi politik dan kampanye dilakukan, serta pelaporan untuk melaporkan hasil dari evaluasi agar mendapatkan saran-saran perbaikan.

Dari strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh pasangan calon Basri- Najirah beserta tim pemenangannya tersebut telah berhasil memenangkan pemiluKada di Kota Bontang 2020, proses penelitian yang dilakukan oleh tim sangat detail dan strategi dirumuskan oleh tim berorientasi pada kepentingan dan kebutuhan calon pemilih di Kota Bontang. Strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh tim lebih didominasi oleh komunikasi yang sifatnya langsung dan tatap muka. Tim pemenangan juga berhasil melakukan aksi antisipasi dengan menyiapkan satgas khusus untuk menghindari terjadinya Money Politik. Mereka juga mampu memanfaatkan momentum dan menarik empati masyarakat dengan membangkitkan rasa iba untuk memberikan dukungan saat pemilihan kepala daerah dilaksanakan dengan melakukan politik empati untuk menggugah rasa empati masyarakat Bontang.

#### Referensi

##### **Sumber Buku :**

Arifin, Anwar. 2014. Politik Pencitraan-Pencitraan Politik. Yogyakarta: Graha Ilmu

Budiardjo, Miriam. 2014. Dasar-Dasar Ilmu Politik. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Cangara, Hafied. 2014. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Moleong, J Lexy. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Nazir, Moh. 2014. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional RI. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi ketiga*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tabroni, Roni. 2012. *Komunikasi Politik Pada Era Multimedia*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

**Sumber Jurnal :**

- Alvin, Silvanus.(2020). Strategi Komunikasi Politik Juru Bicara Wakil Presiden Jusuf Kalla (JK) 2014-2019 sebagai Humas Pemerintah. *Jurnal Komunikasi*, Volume 14 No 1 Maret 2020 (43-62)
- Haryati dan Said Nuwrun Thasimmim. (2019). Strategi Komunikasi Politik Partai Golkar dalam Memenangkan Pemilu Legislatif DPRD Kabupaten Karimun Periode 2019-2024. *Jurnal Komunikasi Purnama Berazam*. Vol. 1 No. 1 Oktober 2019, 62-71
- Indra, Dolly dan Umaimah Wahid. (2021). Tinjauan Literatur: Digital Komunikasi Politik Anies Baswedan. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 5. No. 2, Juli 2021, 228 – 239
- Putra, Aditya. (2020). Analisis Strategi Komunikasi Partai Politik Baru dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Pemilih Pemula (Studi Kasus DPD Partai Solidaritas Indonesia Kota Parepare). *Jurnal Al Bayan: Media Kajian dan Pengembangan Ilmu Dakwah*, Vol. 26 No. 1 Januari - Juni 2020, 43 – 76.
- Siti, Rohmah. (2020). Dinamika Komunikasi Politik dalam Pemilu Menjelang (PILPRES) Tahun 2019. *JPPHK (Jurnal Pendidikan Politik, Hukum Dan Kewarganegaraan)* Volume 10 No 1 Edisi Maret 2020
- Susanto, Eko Harry. (2013) *Dinamika Komunikasi Politik dalam Pemilihan Umum*. *Jurnal Kajian Komunikasi*, Volume 1, No. 2, Desember 2013, 163-172
- Widarwati, Desi. (2020). Strategi Komunikasi Politik M.Miftah dalam kemenangan pemilu 2019 di Salatiga. *Jurnal AnNida*, Vol. 12, No. 2, Desember 2020
- Triwicaksono, Y., & Nugroho, A. (2021). Strategi Komunikasi Politik Pemenangan Kepala Daerah. *JURNAL LENSEA MUTIARA KOMUNIKASI*, 5(1), 133-145.

**Sumber Skripsi :**

- Fauzi, Goby Rahmat. 2018. *Komunikasi Politik Winarti dalam Pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Tulang Bawang (Studi Kasus Kemenangan Winarti Terhadap Incumbent)*. Jurusan Pemikiran Politik Islam Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan. Lampung.
- Hendriawan. 2017. *Komunikasi Politik Petahana (Studi Kampanye Pasangan Basuki Tjahaja Purnama dan Djarot Saiful Hidayat dalam Pilkada DKI Jakarta 2017)*. Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Thaibah. 2018. *Strategi Komunikasi Politik Pemenangan Akmal Ibrahim pada Pilkada Kabupaten Aceh Barat Daya 2017*. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Negeri Ar Raniry. Banda Aceh.

