

**PERAN KOMUNIKASI POLITIK DALAM MEMENANGKAN
PASANGAN JUDAS AMIR DAN AKHMAD SYARIFUDDIN PADA
PILKADA KOTA PALOPO 2013**



SKRIPSI

Oleh,

Masna H

NIM.09.16.6.0055

IAIN PALOPO
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM JURUSAN
DAKWAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) PALOPO
2014

**PERAN KOMUNIKASI POLITIK DALAM MEMENANGKAN
PASANGAN JUDAS AMIR DAN AKHMAD SYARIFUDDIN PADA
PILKADA KOTA PALOPO 2013**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana
Komunikasi Islam (S.Kom.I) Pada Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam
Jurusan dakwah STAIN Palopo

Oleh,

Masna H

NIM.09.16.6.0055

Dibimbing oleh:

1. Drs. Baso Hasyim, M.Sos.I
2. Achmad Sulfikar, S.Sos., M.I.Kom

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM JURUSAN
DAKWAH**

**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) PALOPO
2014**

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul, *Peran Komunikasi Politik Dalam Memenangkan Judas Amir Dan Akhmad Syarifuddin Pada Pilkada Kota Palopo 2013* yang ditulis oleh **Masna H** Nomor Induk Mahasiswa (NIM) **09.16.6.0055**, Mahasiswa Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Jurusan Dakwah STAIN Palopo, yang dimunaqasyakan pada hari sabtu, Tanggal 8 Maret 2014 M. bertepatan dengan 6 jumadil awal 1435 H, telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar S.Kom.I.

Tim Penguji

- | | | |
|--------------------------------------|---------------|---------|
| 1. Prof. Dr. H. Nihaya, M, M. Hum. | Ketua | (.....) |
| 2. Sukirman Nurdjan , S.S.M.Pd. | Sekretaris | (.....) |
| 3. Dra. Hj. Ramlah M, MM. | Penguji I | (.....) |
| 4. Drs. Syahrudin, M.HI. | Penguji II | (.....) |
| 5. Drs. Baso Hasyim, M. Sos. I. | Pembimbing I | (.....) |
| 6. Achmad Sulfikar, S.Sos., M.I.Kom. | Pembimbing II | (.....) |

IAIN PALOPO Mengetahui:

Ketua STAIN Palopo

Ketua Jurusan Dakwah

Prof. Dr.H. Nihaya, M, M . Hum
NIP 195 11231 198003 1 017

Drs. Masmuddin, M. Ag
NIP .19600318 198703 1 004

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Masna H**
NIM : 09.16.6.0055
Program studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Jurusan : Dakwah

menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya, Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, 10 februari 2014
Yang membuat pernyataan,

IAIN PALOPO
Masna H
NIM 09.16.6.0055

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi berjudul “**peran komunikasi politik dalam memenangkan Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin pada pilkada kota palopo 2013**”

yang ditulis oleh:

Nama : **Masna H**
NIM : 09.16.6.0055
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)
Jurusan : Dakwah

disetujui untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian untuk proses selanjutnya.

Palopo, 03 Maret 2014

Pembimbing I,

Pembimbing II,

IAIN PALOPO

Drs. Baso Hasyim, M.Sos.I
NIP. 19701217 199803 1 009

Achmad Sulfikar, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 19810320 200604 1 003

PRAKATA



الحمد لله رب العالمين . والصلاة والسلام على المبعوث رحمة للعالمين . وعلى

آله واصحابه اجمعين . اما بعد

Kata paling tepat untuk mengawali segala perbuatan baik ialah dengan mengucapkan nama Allah swt. sebagai manifestasi rasa tunduk dan pasrah hanya kepada-Nya. Dengan begitu diharapkan lahir rasa syukur yang mendalam atas semua nikmat dan karunia-Nya, sehingga segala perbuatan manusia menjadi tidak sia-sia. Muara akhir dari semua itu ialah turunya ridha Allah swt. yang akan membawa manusia kepada jalan keselamatan di dunia dan di akhirat.

Nikmat Allah swt. yang diberikan kepada manusia berwujud dengan turunnya agama keselamatan (Islam) melalui kekasih-Nya Rasulullah Muhammad saw. Sebagai bukti kecintaan kita kepada beliau, patutlah kiranya salawat dan salam selalu dipersembahkan untuknya. Dialah Nabi dan Rasul yang membawa berita tentang kejamnya azab neraka bagi manusia yang ingkar serta lezatnya nikmat surga bagi mereka yang menjadikan Islam sebagai jalan hidup.

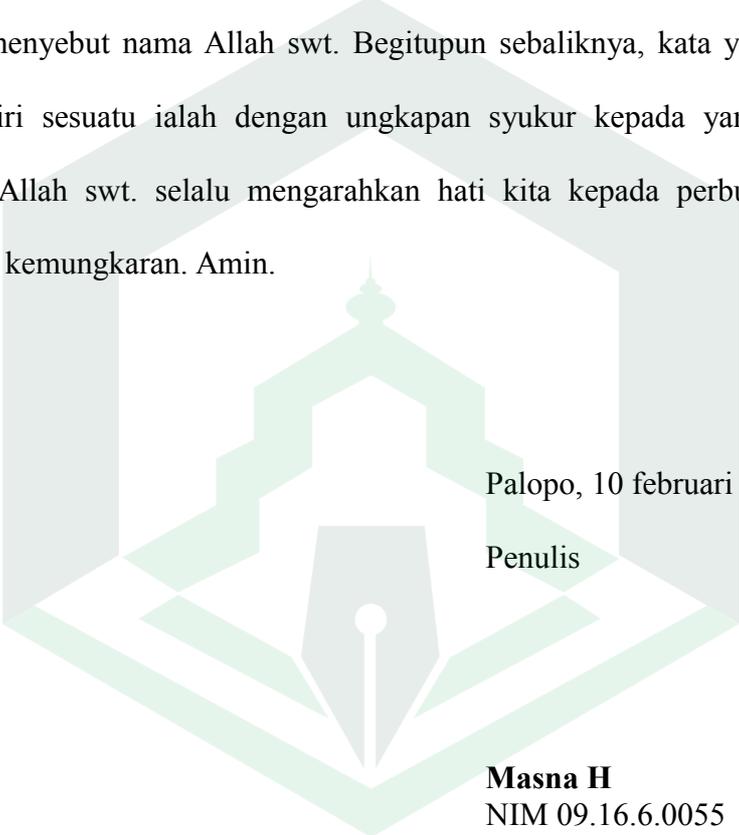
Manusia sebagai makhluk sosial senantiasa memerlukan bantuan orang lain untuk menjalani hidup dan kehidupannya. Begitu juga dalam penulisan skripsi ini, penulis yakin bahwa tidak akan menyelesaikannya tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Olehnya itu melalui kesempatan yang baik ini penulis memberikan apresiasi sekaligus ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. M. Nihaya, M. Hum. selaku Ketua STAIN Palopo yang telah memberikan dukungan moril dan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama penulis menjadi mahasiswa di kampus ini.
2. Masing-masing Sukirman Nurdjan, SS, M. Pd. selaku Wakil Ketua I Bidang Akademik STAIN Palopo, Drs. Hisban Thaha, M. Ag. selaku Wakil Ketua II Bidang Administrasi STAIN Palopo, dan Dr. Abdul Pirol M.Ag. selaku Wakil Ketua III Bidang Kemahasiswaan STAIN Palopo.
3. Drs. Masmuddin, M.Ag. selaku Ketua Jurusan Dakwah STAIN Palopo, Drs. Efendi P, M.Sos.I selaku Sekretaris Jurusan Dakwah, Wahyuni Husain, S.Sos., M.I.Kom selaku ketua prodi KPI, atas petunjuk, arahan dan ilmu yang beliau berikan kepada penulis selama ini.
4. Drs. Baso Hasyim, M.Sos.I selaku Pembimbing I dan Achmad Sulfikar, S.Sos., M.I.Kom selaku Pembimbing II, atas bimbingan dan arahnya selama penulis menyusun skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf STAIN Palopo, yang selama ini memberikan bimbingan dan ilmu pengetahuan serta dukungan moril kepada penulis.
6. Wahidah Djafar, S. Ag. selaku Pimpinan Unit Perpustakaan STAIN Palopo beserta seluruh stafnya, atas bantuan fasilitas untuk keperluan kajian relevan pada skripsi ini.
7. Pimpinan dan segenap staf Kantor Kesatuan Bangsa dan Lingkungan Masyarakat (Kesbang & Linmas) Kota Palopo atas pemberian rekomendasi penelitian lapangan kepada penulis.

8. Drs. H. M. Judas Amir, MH dan Akhmad Syarifuddin Daud, SE., M.Si, beserta para anggota tim pemenangan JA, serta para narasumber yang telah membantu penulis dalam penelitian skripsi ini.
9. Ayahanda Haeruddin dan ibunda Hasnawati tercinta, yang dengan kasih sayang dan kesabarannya membimbing dan membesarkan penulis sehingga mencapai tahapan penyelesaian skripsi ini, bagai pelita di kala gelap dan bagai payung di kala hujan. Semoga Allah swt., menjadikan penulis seorang anak yang selalu berbakti kepada ibu-bapak.
10. Saudaraku tersayang, Robbi H dan Maya Chantika H, yang selalu memberi perhatian dan dukungannya kepada penulis sehingga selalu tersenyum karenanya.
11. Terkhusus untuk bapak sibuuukkk yang dalam kesibukannya sudah menjadi salah satu bagian dari sekian banyak kisah penulis selama menjalani pendidikan di kampus hijau STAIN Palopo.
12. Sahabatku tercinta, teman seperjuangan Bungatang, Hermi, Marwa, Yanti, Harni, Hasmiati Munir yang bersama senantiasa berbagi suka-duka saat penulis menyusun skripsi ini.
13. Sahabat-sahabatku di PMII Cab. Palopo, HMJ Komunikasi, LPM Graffity, Al-Hikmah FM, Ex Komputer C, Teman-teman KKN Posko Desa Saronda, terkhusus kepada Ayah Ma'ruf, Kak Pendi, Kak Ahmad, Kak Rais, Kak Appank, Kak Attonk, Kak Irwan, Kak Darus, Kak Reski Asis, Kak Jasmin, Ayah Bahar, Guntur, Nurlaela, Arsab Jani, Manto, Ana Yulianti, Erni, Indah, Nazard 03, Inna,

Hikmah, Ongky, Saad, Ayah Satria, Saink, Darma, Hasna, dan semua yang penulis kenal.

Mengakhiri prakata ini ucapan yang sama penulis apresiasikan kepada segenap pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi dan sekaligus yang pernah mewarnai kehidupan penulis. Kata yang baik mengawali sesuatu ialah dengan menyebut nama Allah swt. Begitupun sebaliknya, kata yang baik untuk mengakhiri sesuatu ialah dengan ungkapan syukur kepada yang Maha Suci. Semoga Allah swt. selalu mengarahkan hati kita kepada perbuatan baik lagi menjauhi kemungkaran. Amin.



Palopo, 10 februari 2014

Penulis

Masna H
NIM 09.16.6.0055

IAIN PALOPO

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	v
SURAT PERNYATAAN.....	vi
PENGESAHAN.....	vii
PRAKATA.....	viii
ABSTRAK.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Dan Batasan Masalah.....	3
C. Definisi Operasional.....	4
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	6
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	6
B. Tinjauan Pustaka.....	7
1. Pemilihan kepala daerah (PILKADA).....	7
2. Pengertian komunikasi politik.....	8
3. Kampanye politik.....	18
4. Janji politik.....	21
5. Teori pendukung.....	22
C. Kerangka Pikir.....	24

BAB III METODE PENELITIAN.....	27
A. Jenis Dan Metode Pendekatan Penelitian.....	27
1. Jenis Penelitian	27
2. Metode Pendekatan Penelitian.....	27
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	28
C. Subjek Penelitian.....	28
D. Sumber Data.....	29
E. Teknik Pengumpulan Data.....	29
1. Penelitian pustaka (<i>Liebrary research</i>).....	29
2. Penelitian lapangan (<i>field research</i>).....	30
F. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
A. Hasil Penelitian.....	31
1. Profil Pasangan Calon Walikota Dan Wakil Walikota Palopo.....	31
2. Gambaran Singkat Pilkada Kota Palopo Tahun 2013.....	35
3. Klasifikasi model komunikasi politik Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin pada putaran I dan putaran II.....	39
4. Deskripsi dibalik kemenangan Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin.....	41
B. Analisis Pembahasan.....	46
1. Praktik komunikasi politik judas amir dan akhmad syarifuddin.....	46
2. Faktor pendukung dalam praktik komunikasi politik Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin.....	50
3. Peran komunikasi politik dalam memenangkan Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin.....	54
BAB V PENUTUP.....	60
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	62

ABSTRAK

Masna H, 2014. “ Peran komunikasi politik dalam memenagkan Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin pada pilkada kota Palopo 2013”. Skripsi. Jurusan Dakwah. Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palopo. Dibawah bimbingan Drs. Baso Hasyim, M.Sos.I dan Achmad Sulfikar, S.Sos., M.I.Kom.

Kata Kunci: Komunikasi Politik, Judas Amir, Akhmad Syarifuddin, Pilkada Kota Palopo 2013.

Secara umum skripsi ini membahas tentang peran komunikasi politik dalam memenagkan Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin pada pilkada kota Palopo 2013, yang bertujuan untuk mengetahui (1) Bagaimana praktik komunikasi politik Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin pada pilkada kota Palopo 2013., (2) faktor pendukung dalam praktik komunikasi politik Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin pada pilkada kota Palopo 2013., (3) Peran komunikasi politik dalam memenagkan Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin pada pilkada kota Palopo 2013.

Penelitian ini, menggunakan metode deskriptif kualitatif. Subjek penelitian ini adalah pasangan calon Walikota dan Wakil Walikota Palopo periode 2013-2018 yakni Drs. H. M. Judas Amir, MH dan Akhmad Syarifuddin Daud, S.E., M.Si. data dikumpulkan dengan menggunakan *library research* dan *field research*. Data di analisis dengan menggunakan teknik induktif.

Hasil penelitian ini menunjukkan (1) praktik komunikasi politik Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin pada Pilkada kota Palopo yakni dengan melakukan kegiatan-kegiatan kemasyarakatan, melakukan kegiatan undian berhadiah, menyediakan sarana kesehatan, kunjungan langsung ke daerah-daerah dan dialog-dialog terbuka bersama masyarakat dan LSM di kota Palopo., (2) faktor pendukung praktik komunikasi politik Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin pada pilkada kota Palopo yakni jumlah anggota tim, kerja tim yang terstruktur dan dinamis, serta penggunaan media yang intensif mulai dari media cetak sampai media elektronik, seperti koran, radio, bahkan sampai pada media online seperti *facebook*. Dan tak lepas pula dari dukungan keluarga serta ormas yang menjadi simpatisan setia JA., (3) peran komunikasi politik dalam memenagkan Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin pada pilkada kota Palopo yakni politik pencitraan kandidat kepada masyarakat dengan membangun hubungan secara persuasif dan menawarkan serangkaian kegiatan serta program-program yang akan dilakukan setelah terpilih dengan *tagline* yang sederhana yakni “Pemimpin Baru Harapan Baru” .

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Secara sederhana politik dapat dipahami sebagai proses, proses dimana siapa memperoleh apa, kapan dan bagaimana. Dan pada dasarnya ruanglingkup politik adalah negara, membicarakan politik adalah membicarakan negara. Dengan demikian, dalam kegiatan politik, salah satu yang menjadi tujuan pelaku politik adalah kekuasaan. Maka untuk mencapai tujuan tersebut, dibutuhkan pendekatan, strategi, maupun langkah kongkrit dari setiap pelaku politik, terutama dalam membentuk opini publik.

Politik seperti komunikasi, yakni proses., dan seperti komunikasi politik melibatkan pembicaraan. Namun ini tidak seperti pembicaraan pada umumnya, melainkan pembicaraan dalam arti yang lebih mendalam, yakni cara orang bertukar simbol atau kata-kata yang dituliskan dan diucapkan, gambar, gerakan, sikap tubuh, perbuatan dan pakaian. Maka salah satu yang menjadi objek kajian dalam ilmu politik dan dianggap sebagai komponen utama pada sistem politik adalah komunikasi politik.

Komunikasi politik bukanlah hal yang baru. Dengan memandang esensi komunikasi sebagai interaksi sosial, dan esensi politik sebagai konflik sosial, maka secara sederhana komunikasi politik dapat dipahami sebagai kegiatan yang mengatur perbuatan manusia di dalam kondisi konflik.

Dalam praktinya, komunikasi politik sangat kental dalam kehidupan sehari-hari. Karena dalam aktivitas sehari-hari tidak satu pun manusia yang tidak berkounikasi. Yang kemudian, terkadang secara tidak sadar telah terjebak dalam

kajian komunikasi politik. Hanya saja belum menyentuh praktik aksi politik secara kongkrit.

Lain halnya dengan pemilihan umum (pemilu). Tidak sedikit pelaku politik yang melakukan aksi komunikasi politik dalam membentuk opini publik, baik secara langsung maupun tidak langsung. melalui media, baik media audio, media visual atau bahkan melalui media audio visual. Dengan menggunakan atribut-atribut politik yang mudah diingat oleh khalayak, guna meningkatkan citra positif pelaku politik di mata khalayak.

Dalam konteks lokal kota Palopo, saat pemilihan walikota (PILWALKOT) 2013 praktek komunikasi politik tampak dilakukan oleh para calon dalam berbagai bentuk, dan dengan tujuan yang sama yakni membentuk opini publik mengenai para calon peserta pemilu yang berkompetisi dalam pesta demokrasi tersebut.

Aksi kongkrit komunikasi politik para calon dalam membentuk opini publik dapat dilihat dari berbagai aktivitas calon, seperti memasang baliho atau spanduk hampir di setiap ruas jalan, pemasangan stiker pada kendaraan-kendaraan dengan tokoh tertentu atau sekedar kalimat-kalimat yang bernada politis yang kemudian menjadi ciri dari setiap calon. Bukan hanya itu, pembangunan citra positif dari setiap figur juga menggejala pada seluruh lapisan masyarakat mulai dari mahasiswa sampai pada masyarakat awam.

Keberhasilan calon dalam menyampaikan pesan kepada khalayak dapat dilihat dari tingginya persentase suara yang diraih. Ini juga yang menjadi tolak ukur atas kemenangan pasangan Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin pada pilwalkot kota Palopo tahun 2013 yang mengantarkan pasangan calon walikota dan wakil walikota Palopo ini bertarung di dua putaran pemilihan. Calon walikota dan

wakil walikota Palopo periode 2013-2018 ini berhasil menduduki kursi tertinggi dalam pemerintahan di kota Palopo setelah unggul di dua putaran pemilihan yakni putaran pertama dan putaran kedua.

Melihat aktivitas komunikasi politik yang dilakukan calon pada saat pemilihan walikota Palopo, maka menarik untuk mengkaji peran komunikasi politik dalam memenangkan walikota dan wakil walikota terpilih tahun 2013 di kota Palopo.

B. Rumusan Dan Batasan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka pembahasan dalam skripsi ini dibatasi pada peran komunikasi politik dalam memenangkan Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin pada pilwalkot kota Palopo 2013. Maka permasalahan pokok dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik komunikasi politik Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin pada pilkada kota Palopo 2013?
2. Apa faktor pendukung dalam praktik komunikasi politik Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin pada pilkada kota Palopo 2013?
3. Apa Peran komunikasi politik dalam memenangkan Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin pada pilkada kota Palopo 2013?

C. Definisi Operasional

Untuk menghindari perbedaan persepsi mengenai judul penelitian ini, maka definisi operasional dalam penelitian ini sebagai berikut:

Komunikasi politik merupakan proses interaksi yang melibatkan pesan politik dan aktor politik dalam aktivitasnya, yang berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, atau kaitannya dengan kebijakan pemerintah.

Dengan demikian, secara operasional penelitian ini didefinisikan sebagai studi terhadap peran komunikasi politik dalam memenangkan Judas Amir dan

Akhmad Syarifuddin pada pilkada kota Palopo 2013 yang meliputi praktik komunikasi politik, faktor-faktor penunjang penerapan komunikasi politik, serta peran komunikasi politik pada pilkada kota Palopo 2013.

D. Tujuan Penelitian

Pada dasarnya penelitian dan penulisan skripsi ini bertujuan sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui praktik komunikasi politik Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin pada pilkada kota Palopo 2013.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dalam praktik komunikasi politik Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin pada pilkada kota Palopo 2013.
3. Untuk mengetahui peran komunikasi politik dalam memenangkan Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin pada pilkada kota Palopo 2013.

E. Manfaat penelitian

1. Manfaat teoretis
Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman para akademisi, masyarakat secara umum dan penulis secara khusus yang berkaitan tentang aktivitas politik terkhusus tentang komunikasi politik.
2. Manfaat praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu acuan bagi para aktor politik pada pilkada-pilkada selanjutnya terkhusus tentang praktik dan peran komunikasi politik.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi masyarakat dalam memahami dan memaknai aktivitas politik.
 - c. Penelitian ini diharapkan mampu menggambarkan faktor-faktor penting yang menjadi pendukung dalam kemenangan pasangan calon pada pilkada di tanah air khususnya lokal kota Palopo.



IAIN PALOPO

BAB II

TINJAUAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dengan mengumpulkan data primer dan data sekunder. Ada beberapa penelitian yang senada dengan penelitian ini.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Rosit pada tahun 2012, dengan judul “strategi komunikasi politik dalam pilkada (studi kasus strategi pemenangan pasangan Ratu Atut dan Rano Karno dalam memenangkan pilkada banten 2011)”.¹ Penelitian tersebut, juga merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, hanya saja dalam penelitian tersebut peneliti lebih menitik beratkan pada strategi komunikasi politik, sedangkan pada penelitian saat ini penulis menitik beratkan pada peran komunikasi politik.
2. Penelitian selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Sunaryo Mande’ pada tahun 2011 dengan judul “ komunikasi politik kandidat bakal calon walikota Palopo menjelang pilwalkot 2013”.² sama seperti penelitia sebelumnya, penelitian ini juga merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Walaupun demikian penelitian ini juga tetap berbeda karena dalam penelitiannya sunaryo mande’ mengkaji komunikasi politik ketiga bakal calon menjelang

¹Muhamad Rosit, *strategi komunikasi politik dalam pilkada (studi kasus strategi pemenangan pasangan Ratu Atut dan Rano Karno dalam memenangkan pilkada banten 2011)*, <http://lontar.ui.ac.id>, akses, 06 januari 2014.

²Sunaryo Mande’, *komunikasi politik kandidat bakal calon walikota Palopo menjelang pilwalkot 2013*, Skripsi sarjana komunikasi Islam, (Sul-Sel: STAIN Palopo, tahun 2011).

pilkada Palopo. Sedangkan peneliti saat ini mengkaji peranan komunikasi politik dalam memenagkan Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin yang merupakan salah satu kandidat bakal calon dalam pilkada Palopo. Jadi penelitian ini juga bisa dikatakan sebagai lanjutan dari penelitian sebelumnya.

B. Tinjauan Pustaka

1. Pemilihan Kepala Daerah (PILKADA)

Seperti yang diketahui bahwa pemilihan umum (PEMILU) adalah proses pemilihan orang-orang untuk mengisi jabatan-jabatan politik tertentu. Jabatan-jabatan tersebut beraneka ragam mulai dari presiden, wakil rakyat, dan berbagai tingkat pemerintahan, bahkan sampai kepala desa. Hanya saja pada dataran kedaerahan pemilu biasa disebut juga sebagai pemilihan kepala daerah (PILKADA).

Dalam pemilu, para pemilih biasa disebut sebagai konsituen. Dan kepada merekalah para peserta pemilu menawarkan janji-janji dan program-programnya pada masa kampanye. Sehingga komunikasi politik terkadang menjadi salah satu penentu kemenangan peserta pemilu.

Beberapa dasar hukum penyelenggaraan Pemilihan Kepala Daerah, diantaranya:

- a. Undang-undang (UU) Nomor: 32 tentang Pemerintah Daerah
- b. Undang-undang (UU) Nomor : 32 tentang Penjelasan Pemerintahan Daerah
- c. Peraturan pemerintah (PP) Nomor : 17 tentang perubahan atas peraturan pemerintah nomor 6 tahun 2005 tentang pemilihan, pengesahan, pengangkatan, dan pemberhentian Kepala Daerah Dan Wakil Kepala Daerah.
- d. PP Pengganti undang-undang Nomor :3 tentang Perpu No 3 Tahun 2005.³

³Kementrian dalam negeri, *dasar hukum penyelenggaraan pilkada* , <http://www.kemendagri.go.id/pilkada>, akses , 09 januari 2014.

2. Pengertian Komunikasi Politik

a. Pengertian komunikasi

Secara sederhana komunikasi dapat dikatakan sebagai hubungan antar manusia dan hanya dapat terjadi apabila ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan maksud dan tujuan tertentu. Dengan dukungan sumber, pesan, media, penerima, dan efek. Kemudian masing-masing unsur tersebut saling mempengaruhi untuk kelancaran proses komunikasi.

Dalam ruang lingkup yang lebih terinci, komunikasi menggambarkan bagaimana seseorang menyampaikan sesuatu lewat bahasa atau simbol-simbol tertentu kepada orang lain. Bagaimana seorang pelaku politik dalam sosialisasinya mampu menyampaikan berbagai ide, gagasan, yang kemudian menarik perhatian khalayak dan menjadi pendukungnya.

Pernyataan ini senada dengan yang dinyatakan oleh Cherry dalam Stuart bahwa, istilah komunikasi berpangkal pada perkataan latin *communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari bahasa latin *communico* yang artinya membagi.⁴

Sebuah definisi yang dibuat oleh kelompok sarjana komunikasi yang mengkhususkan diri pada studi komunikasi antar manusia (human communication) bahwa komunikasi adalah suatu interaksi, proses simbolik yang

⁴Hafied Changara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Cet. X; Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h.18.

menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan membangun hubungan antara sesama manusia, melalui pertukaran informasi, untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain, serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu.⁵

Lain halnya dengan Steven, justru ia mengajukan sebuah definisi yang lebih luas, bahwa komunikasi terjadi kapan saja suatu organisme memberi reaksi terhadap suatu objek atau stimuli. Apakah itu berasal dari seseorang atau lingkungan sekitarnya. Misalnya seorang berlindung pada suatu tempat karena diserang badai, atau kedipan mata sebagai reaksi terhadap sinar lampu, juga adalah peristiwa komunikasi.⁶

Berbeda dengan Harold D. Lasswell yang memberikan sebuah definisi singkat bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “ siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya”.⁷

Selanjutnya adalah Proses komunikasi, proses komunikasi adalah bagian yang sangat penting dalam kehidupan manusia karena dalam proses komunikasi manusia saling bertukar informasi. Dimana sumber mengirim pesan melalui media kepada penerima yang kemudian memberi unpan balik kepada sumber tersebut.

⁵*Ibid.*, h. 19-20.

⁶*Ibid.*, h. 19.

⁷*Ibid.*, h. 19.

Dengan proses komunikasi yang baik maka secara tidak langsung hubungan antar manusia juga ikut terpelihara kelangsungannya. Kerena, dengan komunikasi manusia dapat memperbanyak teman, dengan komunikasi pula seorang atasan mampu mengatur bawahannya dengan baik, seorang pendidik mampu mengajar peserta didiknya dengan baik, tidak terkecuali pelaku politik yang dengan komunikasi yang baik mampu menarik simpati para khalayak.

Seorang komunikator hendaknya menyampaikan pesan secara sederhana, *to the point*, dan mudah dimengerti pada lawan bicaranya, terutama bila pembicaraan tersebut melibatkan khalayak luas sehingga seorang komunikator harus pandai dalam melihat situasi agar pesan tetap pada sasaran, sehingga pembicaraan tersebut dapat membekas pada jiwa mereka. Hal ini disampaikan pula dalam Al-Qur'an surat an-Nisa ayat 63 yang menjelaskan tentang Qaulan Baligha (tepat sasaran, komunikatif, *to the point*, mudah dimengerti).

QS. An Nisa ayat 63

مَنْ كَانَ عَدُوًّا لِمَنْ فِي بَيْتِكَ فَاعْلَمْ أَنَّ اللَّهَ عَدُوٌّ لِمَنْ كَفَرَ
بِآيَاتِهِ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ ذَكِيٌّ
مَنْ كَانَ عَدُوًّا لِمَنْ فِي بَيْتِكَ فَاعْلَمْ أَنَّ اللَّهَ عَدُوٌّ لِمَنْ كَفَرَ
بِآيَاتِهِ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ ذَكِيٌّ

Terjemahnya:

*“Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka Qaulan Baligha –perkataan yang berbekas pada jiwa mereka”.*⁸

⁸ Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Cet. II; Bandung: CV Diponegoro, 2012) h. 88.

Karena tujuan dari komunikasi adalah tersampainya pesan dengan baik kepada penerima. Maka dari itu dalam berkomunikasi kita harus memiliki strategi. Pada hakikatnya strategi adalah perencanaan(*planning*) dan manajemen (*managemen*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.⁹

Karena strategi komunikasi sebagai paduan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Maka strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, ini artinya bahwa strategi bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi.

R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya, *Techniques For Effective Communication*, sebagaimana dikutip oleh Onong Uchjana Effendy menyatakan bahwa tujuan sentral kegiatan komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yaitu:

- 1) *to secure understanding*
- 2) *to establish acceptance*
- 3) *to motivate action*

pertama adalah *to secure understanding*, memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya. Andaikata ia sudah dapat mengerti dan menerima, maka penerimaannya ini harus dibina (*to establish acceptance*). Pada akhirnya kegiatan dimotivasikan (*to motivate action*).¹⁰

⁹Onong Uchjana Effendy, *ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, (Cet . XXI; Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), h. 32.

¹⁰Onong Uchjana Effendy, *ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, (Cet . XXI; Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), h. 32.

Komunikasi merupakan proses yang rumit. Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan faktor-faktor penghambat. Jadi akan lebih baik apabila dalam strategi komunikasi diperhatikan komponen dan faktor pendukung serta penghambat pada setiap komponen tersebut. Ini dapat dimulai secara berturut-turut dari komunikasi sebagai sasaran komunikasi, media, pesan, dan komunikator.

a) Mengenal sasaran komunikasi

Apapun tujuan dari komunikasi baik itu sekedar untuk mengetahui (metode informatif) atau agar komunikasi melalukakn tindakan tertentu (metode persuasif dan instruktif). Perlu diperhatikan beberapa faktor, antara lain:

(1) faktor kerangka referensi.

Kerangka referensi seseorang terbentuk dalam dirinya sebagai hasil dari paduan pengalaman, pendidikan, gaya hidup, norma hidup, status sosial, ideologi, cita-cita dan sebagainya.¹¹

Dengan demikian kerangka fikir para komunikan dalam komunikasi massa akan sulit untuk dikenali. Oleh karena itu, pesan yang disampaikan kepada khalayak hanya yang bersifat informatif dan umum, yang dapat dimengerti oleh semua orang, mengenai hal yang menyangkut kepentingan semua orang. Jika

¹¹*Ibid.*, h. 36.

pesan yang disampaikan kepada semua orang adalah untuk dipersuasikan, maka akan lebih efektif bila khlayak dibagi dalam kelompok khusus. Lalu mengadakan komunikasi kelompok pada mereka, yang berarti komunikasi dua arah yang timbal balik.¹²

(2) Faktor situasi dan kondisi

Situasi yang dimaksudkan adalah situasi komunikasi pada saat komunikasi akan menerima pesan yang kita sampaikan. Situasi yang bisa menghambat jalannya komunikasi dapat diduga sebelumnya, bisa juga datang tiba-tiba saat komunikasi dilancarkan.¹³

Sedangkan yang dimaksud dengan kondisi disini adalah *state of personality* komunikasi, yaitu keadaan fisik dan psikis komunikasi pada saat ia menerima pesan komunikasi.¹⁴

b) Pemilihan media komunikasi

¹²*Ibid.*, h. 36.

¹³*Ibid.*, h. 36.

¹⁴*Ibid.*, h. 37.

Pemilihan media bergantung pada tujuan yang ingin dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan digunakan. Karena setiap media komunikasi memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing.

c) Pengkajian tujuan pesan komunikasi

Pesan dalam komunikasi memiliki tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang akan diambil, apakah teknik informasi, persuasi, atau intruksi. Pesan komunikasi terdiri atas isi pesan dan lambang. Ini berarti bisa saja isi pesan hanya satu namun simbol atau lambang yang digunakan bisa macam-macam. Lambang yang dimaksudkan disini adalah bahasa, gambar, warna, dan sebagainya.

Lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa karena hanya bahasalah yang dapat mengungkapkan pikiran dan perasaan, fakta dan opini, hal yang kongkrit dan yang abstrak, pengalaman yang sudah lalu dan kegiatan yang akan datang, dan sebagainya.¹⁵ Maka dari itu, dalam komunikasi bahasa memegang peran yang sangat penting.

d) Peranan komunikator dalam komunikasi

Ada faktor yang penting dalam diri komunikator bila ia melancarkan komunikasi.¹⁶

(1) Daya tarik sumber

¹⁵*Ibid.*, h. 38.

¹⁶*Ibid.*, h. 38-39.

Seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya. Dengan kata lain, komunikan merasa ada kesamaan antara komunikator dengannya sehingga komunikan bersedia taat pada isi pesan yang dilancarkan oleh komunikator.

(2) Kredibilitas sumber

Faktor kedua yang bisa menyebabkan komunikasi berhasil ialah kepercayaan komunikan pada komunikator. Ini bisa menyangkut dengan profesi atau keahlian yang dimiliki seorang komunikator.

b. Pengertian Politik

Politik berasal dari kata bahasa Yunani yaitu *polis* yang artinya negara kota. Kata *polis* ini pertama kali diperkenalkan oleh Aristoteles (384-322 SM) yang didasarkan atas dasar pengamatannya tentang “manusia yang pada dasarnya adalah binatang politik”. Dengan itu, ia ingin menjelaskan hakikat kehidupan sosial sesungguhnya merupakan politik dan interaksi satu sama lain dari dua atau lebih orang sudah pasti akan melibatkan hubungan politik.¹⁷

Kemudian dalam bahasa Arab politik disebut dengan *sisyasah* atau dalam bahasa Inggris disebut *politics*. Yang berarti cerdas atau bijaksana.¹⁸

¹⁷Carlton Clymer Rodee, dkk., *Pengantar Ilmu Politik*, (Cet. V; terj. Zulkifly Hamid, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), h. 2.

¹⁸Drs. Inu Kencana Syafie, *Ilmu Politik* (Cet. I; Jakarta: PT Rineka Cipta; 2000), h. 18.

Sedangkan Bagi Lasswell ilmu politik adalah ilmu tentang kekuasaan. "analisa politik" menurutnya adalah "studi tentang perubahan-perubahan bentuk dan susunan pola nilai masyarakat."¹⁹ Kemudian bagi Almond sistem politik adalah sistem interaksi yang terdapat dalam seluruh masyarakat merdeka yang menjalankan fungsi-fungsi integrasi dan adaptasi (baik secara internal maupun dalam berhadapan dengan masyarakat lain) dengan alat-alat, atau ancaman paksaan fisik yang kurang lebih absah.²⁰

Dari pemaparan diatas dapat dikatakan bahwa ruang lingkup politik adalah negara. Membahas politik sama dengan membahas negara karena politik menyangkut ide-ide, gagasan, hakikat negara, dan negara sebagai lembaga politik yang mempengaruhi hidup masyarakat.

c. Pengertian Komunikasi Politik

komunikasi politik adalah suatu kegiatan yang bersifat politis. Bila dipandang seperti itu maka komunikasi politik terjadi dalam setiap kegiatan politik, tidak terkecuali pemilihan umum. Dimana setiap pelaku politik berlomba-lomba untuk menarik simpati khalayak dengan berbagai cara.

Definisi lain di kemukakan oleh Dan Nimmo yang memandang esensi komunikasi sebagai interaksi sosial, dan esensi politik sebagai konflik sosial,

¹⁹SP. Varma, *Teori Politik Modern* (Cet. VI; Jakarta; PT.Raja Grafindo Persada; 2001), h. 257.

²⁰*Ibid.*, h. 298.

maka komunikasi politik dipandang sebagai kegiatan yang bersifat politis atas dasar konsekuensi aktual dan potensial yang mengatur perilaku manusia dalam kondisi konflik.²¹

Sedangkan menurut Richard Fagen, yang mengatakan bahwa komunikasi politik adalah kegiatan komunikasi yang terdapat dalam suatu sistem politik yang mempunyai dampak secara aktual dan potensial.²²

Dengan tujuan tersebut, maka setiap pelaku politik harus memiliki pola komunikasi yang mampu menunjang tercapainya tujuan tersebut. Ada empat pola komunikasi politik yang kerap digunakan para elit politik dalam praktik politik, diantaranya:²³

- 1) Pola komunikasi vertikal (top down, dari pimpinan kepada yang dipimpin)
- 2) Pola komunikasi horizontal (antara individu dengan individu, kelompok dengan kelompok)
- 3) Pola komunikasi formal (pola komunikasi melalui jalur-jalur organisasi resmi)

²¹Riswandi, *Komunikasi Politik*, (cet. I; Jakarta: Graha ilmu, 2009), h. 3.

²²*Ibid.*, h. 4.

²³Eka Yusfitasari, *komunikasi politik*, <http://tekompolitik.blogspot.com>, Akses, 18 November 2013.

4) Pola komunikasi informal (komunikasi melalui pertemuan atau tatap muka, tidak mengikuti prosedur atau jalur-jalur organisasi).

3. Kampanye Politik

Sederhananya kampanye disebut sebagai upaya untuk mempengaruhi khalayak dalam proses pengambilan keputusan para pemilih, dan lazimnya kampanye politik selalu merujuk pada pemilihan umum.

Dalam kampanye politik pesan adalah hal yang sangat penting. Disini biasa menonjolkan ide bahwa kandidat atau calon ingin berbagi dengan pemilih. Biasanya dalam kampanye pesan akan bertemakan tentang kebijakan, yang merangkum ide utama dari kampanye dan sering diulang untuk menciptakan kesan abadi kepada pemilih.

Dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) terdapat dua definisi kampanye: (1) “gerakan (tindakan) serentak (untuk melawan, mengadakan aksi, dsb.)” dan (2) “Kegiatan yang dilaksanakan oleh organisasi politik atau calon yang bersaing memperebutkan kedudukan di parlemen dan sebagainya untuk mendapat dukungan massa pemilih dalam suatu pemungutan suara”.²⁴

Sementara dalam Peraturan KPU Nomor 14 tahun 2010 tentang Perubahan atas Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 69 Tahun 2009 Tentang Pedoman Teknis Kampanye Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah Pasal 5 ayat (1) “Kampanye Pemilu Kepala Daerah dan Wakil

²⁴Panwaslu aceh barat daya, *pengertian kampanye*, <http://panwaslu2abdy.wordpress.com>, akses, 06 januari 2014.

Kepala Daerah adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh pasangan calon dan/atau tim kampanye/pelaksana kampanye/petugas kampanye untuk meyakinkan para pemilih dalam rangka mendapatkan dukungan sebesar-besarnya, dengan menawarkan visi, misi, dan program pasangan calon secara lisan atau tertulis kepada masyarakat .²⁵

Kedua definisi tersebut jelas menunjukkan bahwa tujuan dari kampanye adalah untuk menarik simpati para pemilih dalam memilih pasangan calon sehingga membuka peluang besar bagi kemenangan calon.

- a. Jenis-jenis kampanye politik
 - 1) Kampanye terbuka

Kampanye terbuka adalah bentuk sosialisasi dari setiap calon dengan menggunakan media-media massa seperti televisi umum, majallah, koran, sanduk, dan poster-poster yang biasanya terpasang kokoh di sepanjang jalan. Sehingga khalayak dapat dengan mudah mengetahui siapa dan apa yang menjadi visi misi calon.

Terkadang penggunaan media massa menjadikan kampanye lebih efektif, namun dengan pembiayaan yang jauh lebih mahal.

- 2) Kampanye tertutup

Sebaliknya, kampanye tertutup adalah bentuk sosialisasi yang sama sekali tidak melibatkan media massa. Kampanye dengan cara ini akan sedikit

²⁵*Ibid.*

lebih murah, karena calon tidak perlu membuat kontrak kerja sama dengan media, calon tidak perlu memasang baliho atau poster di sepanjang jalan.

Namun dengan melihat kondisi sekarang ini, sosialisasi dengan cara seperti ini tidaklah efektif apa lagi bila berkaitan dengan pemilihan kepala daerah yang memiliki wilayah yang cukup luas dan jumlah pemilih yang juga tidak sedikit.

3) Kampanye melalui media online

Pada tahun 2013, diperkirakan sekitar 80 juta penduduk Indonesia yang tersambung dengan internet. Sebanyak 60-70 % di antaranya menggunakan media sosial seperti Facebook, Twitter, Youtube, dan Path.²⁶

Dengan persentase pengguna media online seperti di atas, menjadikan sosialisasi atau kampanye dengan media online akan lebih efektif. Apalagi kampanye dengan cara ini tidak membutuhkan dana yang besar.

Sehingga Banyak kalangan kini memanfaatkan media sosial untuk berkampanye. Kampanye untuk memperkenalkan visi misi dan figur calon pun kini ramai terlihat di jaringan media sosial.

4. Janji Politik

²⁶Andi Nur Aminah, *kampanye media sosial murah dan efektif*, Republika Online. html, akses, 06 januari 2014.

Politik selalu dicap sebagai arena kotor kerana pemerannya selalu mengumbar janji. Janji dibuat untuk meraih kekuasaan, tetapi akan dilupakan setelah kekuasaan digenggam.

Saat ini ketika kita berbicara tentang peningkatan kualitas peradaban demokrasi, salah satu masalah yang perlu diperhatikan adalah bagaimana menyikapi janji-janji di musim kampanye.

Ketika musim kampanye, setiap calon mungkin tidak berniat untuk membohongi. Namun janji-janji yang dibuat seolah hanya kebohongan belaka demi mencapai kekuasaan ketika kekuasaan ditangan dan janji belum terrealisasi.

Peserta pemilih selalu merasa dibohongi ketika harapan mereka akan janji-janji belum sempat dipenuhi oleh politikus yang mereka pilih. Namun, masyarakat sendiri selama ini belum memiliki kebiasaan untuk mendokumentasikan janji-janji politik itu. Inilah hal yang membuat masyarakat dan politikus memiliki memori pendek sehingga keduanya dapat dengan mudah melupakan janji dimusim kampanye.

Kemudian masyarakat selalu menggantukan harapan yang tinggi pada setiap janji yang diucapkan seorang politikus, tanpa mempertimbangkan bahwa setelah politikus terpilih ada beribu kemungkinan yang akan terjadi yang mungkin menjadi penghambat dalam realisasi janji politik calon.

5. Teori Pendukung

a. Teori interaksionisme simbolik

Pencitraan adalah hal yang lumrah dalam situasi politik. Citra baik selalu ditampilkan guna mendapat simpati khalayak, metode ini adalah salah satu metode yang cukup banyak digunakan calon saat pesta demokrasi.

Citra yang baik akan ditampilkan pada ruang publik dengan cara yang berbeda. Sehingga Penggunaan simbol dalam suatu interaksi adalah hal yang

sangat penting. Karena setiap orang akan bertindak berdasarkan makna yang mereka terima melalui simbol-simbol yang disampaikan.

Konsep utama dalam teori interaksionalisme simbolik adalah interaksi antara individu dengan individu lain dan individu dengan kelompok. Interaksi yang tercipta antara keduanya yakni dengan menggunakan simbol-simbol. Dimana simbol yang digunakan adalah simbol-simbol yang sebelumnya sudah disepakati bersama, karena penggunaan simbol tersebut adalah untuk mencapai kesamaan makna yang sama terhadap suatu objek.

Dalam perspektif ini dikenal nama sosiolog George Herbert Mead (1863–1931), Charles Horton Cooley (1846–1929), yang memusatkan perhatiannya pada interaksi antara individu dan kelompok. Mereka menemukan bahwa individu-individu tersebut berinteraksi dengan menggunakan simbol-simbol, yang di dalamnya berisi tanda-tanda, isyarat dan kata-kata. Sosiolog interaksionisme simbolik kontemporer lainnya adalah Herbert Blumer (1962) dan Erving Goffman (1959).²⁷

Menurut teori interaksionisme simbolik, fakta sosial bukanlah sesuatu yang mengendalikan dan memaksa tindakan manusia. Fakta sosial ditempatkan

²⁷Prof Dr. Riyadi Soeprapto, MS., *mengenal singkat teori interaksionisme simbolik*, <http://www.averroes.or.id>, Akses 26 November 2013.

dalam kerangka simbol-simbol interaksi manusia.²⁸ Baik manusia dan struktur sosial dikonseptualisasikan secara lebih kompleks, lebih tak terduga, dan aktif.

Dalam struktur sosial masyarakat tersusun dari individu-individu yang berinteraksi antara satu sama lain, yang juga menangkap, bertindak dan juga mencipta. Dalam hal ini individu tidak dilihat sebagai sekelompok sifat, namun lebih sebagai seorang aktor yang dinamis dan selalu berproses.

Masyarakat pada hakikatnya adalah sebuah aspek dari proses sosial yang muncul dalam pengalaman dan aktivitas sosial. Selain itu, keseluruhan proses interaksi tersebut bersifat simbolik, di mana makna-makna dibentuk oleh akal budi manusia melalui proses belajar.

Simbol dibedakan menjadi dua, yakni.²⁹

- 1) Simbol verbal (penggunaan kata-kata atau bahasa, contohnya kata 'motor' itu merepresentasikan tentang sebuah kendaraan beroda dua).
- 2) Simbol nonverbal (lebih menekankan pada bahasa tubuh atau bahasa isyarat) contoh: lambaian tangan, anggukan kepala, gelengan kepala. Semua itu tadi mempunyai makna sendiri-sendiri yang dapat dipahami oleh individu-individu.

²⁸Arif Sobarudin., *Teori Interaksionisme Simbolik*, [Http://www.bisosial.Com](http://www.bisosial.Com) , Akses 26 November 2013.

²⁹Hanifah., *Teori Interaksi Simbolik*, <http://oelhanifah.blogspot.com>, Akses 26 November 2013

C. Kerangka Pikir

Sesuai prinsip demokrasi yang mengatakan bahwa semua keputusan “dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat”. Itu berarti masyarakat berhak mengungkapkan pendapatnya karena masyarakat sendiri yang mengetahui kondisi mereka yang sebenarnya. Oleh karena itu, dalam pemilihan umum masyarakat harus memilih secara langsung pasangan yang akan memimpin mereka nantinya. Keterlibatan masyarakat secara langsung dalam pemilihan umum menuntut setiap pasangan calon pemimpin agar mampu menarik simpati masyarakat.

Semakin banyak simpatisan pasangan calon pemimpin, maka semakin besar pula peluang kemenangannya. Salah satu kunci utama yang dibutuhkan para calon agar bisa terpilih di pemilihan umum adalah komunikasi yang baik. Namun, komunikasi yang dimaksudkan berbeda dengan komunikasi pada umumnya yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi yang biasanya dilakukan para calon dalam kampanye atau sosialisasinya adalah komunikasi yang bersifat persuasif terhadap masyarakat. Bila para calon dapat berkomunikasi dengan baik maka masyarakat akan terpengaruh untuk memilih calon pada pemilihan umum. Begitu pula sebaliknya, jika komunikasi yang dilakukan para calon buruk maka masyarakat pun akan acuh terhadap calon tersebut.

Karena maraknya penggunaan komunikasi politik pada saat pemilihan umum maka menarik untuk di kaji lebih lanjut sejauh mana peran komunikasi politik dalam memenangkan pasangan calon pemimpin. Dalam penelitian ini penulis memfokuskan terhadap peran komunikasi politik dalam memenangkan

Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin pada pilkada kota Palopo tahun 2013.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Metode Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini berfokus pada bidang komunikasi politik, yakni peran komunikasi politik dalam memenangkan Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin pada pilkada kota palopo 2013. Maka desain penelitian yang digunakan adalah desain penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.¹ Penelitian ini dimaksudkan untuk mengangkat fakta, keadaan, variabel, dan fenomena-fenomena kemudian menyajikannya dengan apa adanya.

Dengan demikian, jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif, yaitu sebuah penelitian yang berusaha memberikan dengan sistematis dan cermat fakta-fakta aktual dan sifat populasi tertentu.²

2. Metode Pendekatan Penelitian

Sedangkan metode pendekatan yang akan digunakan dirumuskan sebagai

berikut:

¹S. Margono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Cet. IV; Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), h. 36.

²*Ibid.*, h. 8.

- a. Pendekatan psiko-sosio kultural, yakni mempelajari komunikasi politik pasangan Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin dengan memperhatikan hubungannya terhadap peran komunikasi politik dalam memenangkan pasangan Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin pada pilkada kota palopo 2013.
- b. Pendekatan institusional, yaitu pendekatan dari segi kelembagaan kepengurusan dan manajemen.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kota palopo dengan penelitian pustaka yang didukung penelitian lapangan terhadap peran komunikasi politik dalam memenangkan Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin pada pilkada kota palopo 2013. Pasangan walikota dan wakil walikota tersebut dipilih dengan pertimbangan keduanya adalah pasangan calon walikota dan calon wakil walikota terpilih pada pesta demokrasi yang baru-baru ini terlaksana di kota palopo yakni pemilihan walikota palopo tahun 2013. Penelitian ini dilakukan selama 2 minggu yakni 29 januari – 15 februari 2014, diluar masa obsesvasi.

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah pasangan walikota dan wakil walikota kota palopo terpilih pada pilkada kota palopo tahun 2013 yakni pasangan Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin.

D. Sumber Data

Data diperoleh dari berbagai sumber yang terkait dengan masalah yang sedang diteliti, seperti buku, jurnal, koran, dan blog yang berkaitan dengan penelitian.

Data yang diperoleh terkait penelitian ini merupakan data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian, data primer yang dimaksudkan disini adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber yang berkaitan dengan kemenangan Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin pada pilkada kota Palopo 2013. Sedangkan data sekunder adalah data-data publikasi yang berkaitan dengan kemenangan Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin pada pilkada kota palopo 2013.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian skripsi ini, digunakan dua teknik pengumpulan data yakni dari data pustaka dan dari data lapangan.

1. Penelitian pustaka (*Liebrary research*)

Penelitian pustaka (*Liebrary research*), dilakukan dengan cara membaca, mengkaji dan menganalisa beberapa tulisan terkait dengan masalah yang dibahas. Hasil kajian dan analisa ini dikutip secara langsung ataupun tidak langsung yang selanjutnya dijadikan dasar untuk memecahkan masalah.

2. Penelitian lapangan (*field research*)

Penelitian lapangan (*field research*), dilakukan dengan cara mendatangi responden yang berada di rumah, kantor, dan sebagainya. Ini dilakukan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung.

F. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data

Setelah data dan keterangan yang diperlukan dianggap sudah cukup, selanjutnya diolah dengan menggunakan metode kualitatif, kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan teknik induktif .

Dalam pengolahan dan analisis data teknik induktif disebut juga sebagai suatu bentuk pengolahan data yang berawal dari fakta-fakta yang bersifat khusus kemudian menarik kesimpulan yang bersifat umum.



IAIN PALOPO

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Profil Pasangan Calon Walikota dan Wakil Walikota Palopo

a. Drs. H. M. Judas Amir, MH

Drs. H. M. Judas Amir, lahir di Palopo tanggal 02 Agustus 1949. Merupakan suami dari dr. Hj. Utia Sari dan ayah dari seorang putra yang bernama Farid Kasim Judas, SH. M.Si. Sebelum mencalonkan diri sebagai kepala daerah Kota Palopo, beliau merupakan salah satu anggota DPRD aktif di Kabupaten Luwu.

Sebelumnya, beliau mengawali karir kepegawaiannya sebagai seorang guru di sebuah sekolah dasar dikampung halamannya di cilallang kabupaten luwu. Tidak heran bila dunia pendidikan menjadi perhatiannya. Terbukti, sebelum pensiun dia sudah merintis pendirian Yayasan Teratai yang membina Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Sekolah Menengah Atas (SMA) Teratai di Makassar. Dan di awal masa pensiun, dia mendirikan Akademi Keperawatan (Akper) dan Akademi Kebidanan (Akbid) Kamanre Palopo yang berlokasi di Binturu Kota Palopo, yang hanya dalam tempo beberapa tahun mengalami perkembangan yang demikian pesat.

Selepas menjadi guru di kampung halamannya, beliau hijrah ke Makassar dan ditempatkan pertama kali di Pemda Gowa sebagai staf kepegawaian. Dari sini, selanjutnya dia dipercayakan menjadi Kepala Sub Dinas Gedung dan

Perlengkapan pada Dinas P & K Kotamadya Ujungpandang. Berikutnya, pada tahun 1977-1987 beliau diangkat menjadi Sekretaris KIP (Program Perbaikan Kampung) Kotamadya Ujungpandang. Saat itu, Kotamadya Ujungpandang di pimpin oleh Patompo. Seorang walikota yang dikenal aktif dalam pembangunan di ujungpandang saat itu.

Sebagai mantan Sekretaris KIP Kotamadya Ujungpandang, yang mengelola sumber dana dari Bank Dunia, APBN, APBD Tingkat I, dan APBD Tingkat II, dengan program utama perbaikan kampung dalam rangka pemecahan masalah pemukiman kumuh serta bagaimana mengatasi banjir. Adalah pengalaman yang cukup bernilai dalam langkahnya kedepan dalam membangun Kota Palopo sebagai kota yang bebas banjir dan menciptakan tarap hidup yang lebih baik bagi warganya.

Setelah selesai menjalankan tugasnya sebagai sekretaris KIP kotamadya ujungpandang, pada tahun 1987 beliau kembali ke tana luwu dengan tugas pertamanya sebagai Kepala Sub Bagian Tata Usaha pada Kantor Dinas P & K Kabupaten Luwu, di saat Kabupaten Luwu ini masih terbentang dari Bonepute di ujung selatan hingga Mangkutana dan Sorowako di ujung utara dan timur.

Kemudian setelah itu, beliau diangkat jadi Camat di kecamatan paling selatan, yakni sebagai Camat Larompong. Beberapa tahun kemudian, dimutasi ke kecamatan paling utara sebelah timur, sebagai Camat Nuha yang kini masuk wilayah Kabupaten Luwu Timur. Selanjutnya dipindahkan lagi ke wilayah yang

agak berposisi di tengah, yakni di Kecamatan Malangke yang kini berada dalam wilayah Kabupaten Luwu Utara.

Akhirnya setelah pengalaman kerjanya sebagai camat di tiga kecamatan yang berbeda, yang kemudian mengantarkan beliau menempati jabatan Kepala Kantor Pembangunan Masyarakat Desa (PMD) Kabupaten Luwu. Hingga beberapa tahun kemudian, Beliau ditunjuk menjadi Asisten I Bidang Pemerintahan Sekretaris Daerah Kabupaten Luwu. Jabatan Asisten inilah yang merupakan jabatan terakhir bagi beliau selaku Pegawai Negeri Sipil. Dia pensiun dengan pangkat terakhir Golongan IV D.

Sebagai seorang pensiunan PNS, beliau cukup berpengalaman dalam dunia birokrasi pemerintahan. Ia adalah sosok yang energik, ini terbukti pada masa pensiunnya beliau mengisi waktunya dengan fokus mengurus yayasan Media Sawerigading Utama yang membawahi dua perguruan tinggi.

Kemudian Bung Judas, sapaan akrab dari Drs. H. M. Judas Amir, MH. Sambil mengurus perguruan tinggi yang dibinanya, beliau mulai aktif dan terjun di panggung politik sejak tahun 2004, beliau merupakan Ketua Dewan Pimpinan Cabang (DPC) Partai Persatuan Daerah Kabupaten Luwu. Dan kemudian pada pemilu 2009 yang lalu beliau terpilih menjadi Anggota DPRD Kabupaten Luwu.

Dengan rentetan pengalaman yang dimilikinya, Judas Amir mantap melangkah sebagai calon pimpinan tertinggi kota Palopo yakni calon walikota Palopo periode 2013-2018. Untuk lebih jelasnya Daftar Riwayat Hidup Drs. H. M. Judas Amir, MH dapat dilihat pada lampiran.

b. Akhmad Syarifuddin Daud, S.E., M.Si.

Akhmad Syarifuddin, sosok pemuda yang cerdas dan energik. Ini terbukti dengan keberhasilannya dalam berbagai bidang, baik akademi maupun non-akademi.

Kandidat doctor UIN Syarif Hidayatullah ini merupakan suami dari Megawati Usman, S. S.Tp. dan ayah dari seorang putra yang bernama Muh. Syahid Akhmadinejad.

Saat menempuh masa pendidikannya, Akhmad Syarifuddin selalu aktif dalam berbagai organisasi. Tercatat beberapa organisasi yang bertaraf nasional yang sempat menjadi tempat pengabdian dan belajarnya. Pada tahun 2000 Akhmad Syarifuddin di angkat menjadi ketua Bidang Humas Ikatan Mahasiswa Manajemen FE-Unhas.

Kemudian pada tahun yang sama juga di tetapkan sebagai Koordinator Bidang Hub. Luar HMI Wilayah Sulawesi. Selanjutnya pada tahun 2001 terpilih sebagai Ketua Bidang Humas Senat Mahasiswa FE-Unhas, masih pada tahun yang sama Akhmad Syarifuddin di percaya untuk menjadi ketua IPMIL Kota Palopo.

Diawal tahun 2004 Akhmad Syarifuddin masuk pada kepengurusan KNPI Kota Palopo yang berakhir pada tahun 2006, kemudian dilanjutkan dengan menjadi Bendahara Umum BKPRMI Cabang Kota Palopo terhitung mulai tahun 2006-2007. Setelah itu, 2007 menjadi Ketua Umum Forum Mahasiswa Pascasarjana Palopo sampai sekarang.

Selain itu, pada tahun 2008-2013 masuk sebagai Pengurus Pusat Gerakan Bela Negara. Dan pada tahun 2010 bergabung menjadi pengurus pada DPP AMPI sampai tahun 2015, dan yang terakhir yakni pada tahun 2011-2016 Akhmad Syarifuddin merupakan Wakil Umum PP GP Ansor.

Kemudian pada tahun 2003, Ome demikian sapaan akrab dari Akhmad Syarifuddin Daud, S.E., M.Si. sibuk dengan aktifitasnya sebagai dosen Jurusan Syariah Prodi Ekonomi Islam di STAIN Palopo. Selain itu, Ome juga tercatat sebagai Staf Ahli Komisi VI DPR RI di Jakarta terhitung mulai tahun 2006-2011.

Dengan bekal pengalaman kerja dan organisasi yang di gelutinya selama ini, Ome mantap melangkah ke panggung politik berpasangan dengan H. M. Judas Amir pada pilkada Kota Palopo tahun 2013. Untuk lebih jelasnya daftar riwayat hidup Akhmad Syarifuddin Daud, S.E., M.Si dapat dilihat pada lampiran.

2. Gambaran Singkat Pilkada Kota Palopo Tahun 2013

Pemilihan kepala daerah adalah hal yang lumrah dilihat pada penghujung masa jabatan kepala daerah. Hampir di setiap pelosok daerah di negeri ini melakukan hal yang sama untuk menentukan kepala daerah yang baru. Dengan sistem demokrasi yang dianut oleh lapisan masyarakat Indonesia menjadikan momentum pemilihan kepala daerah semakin menarik dan mendebarkan.

Dalam konteks lokal Kota Palopo, baru-baru ini telah di laksanakan pesta demokrasi besar-besaran yang lebih akrab dikenal oleh masyarakat sebagai momentum pemilihan Walikota dan Calon Walikota Palopo periode 2013-2018 mendatang.

Sepertihalnya pilkada pada daerah yang lain, pilkada di Kota Palopo kali ini cukup memberi warna baru dalam dunia perpolitikan di Provinsi Sulawesi

Selatan. Bagaimana tidak, pada Pemilu kali ini KPU Palopo harus melakukan putaran kedua untuk menentukan siapa yang layak sebagai Walikota dan Wakil Walikota Palopo selanjutnya.

Berdasarkan data yang di peroleh penulis, ada sembilan pasangan yang bertarung memperebutkan kursi nomor satu pada kota Palopo. Dari sembilan pasang calon ini empat diantaranya merupakan calon dari jalur perseorangan, selebihnya melalui jalur usungan partai politik sebanyak lima pasang kandidat.

Berikut adalah tabel daftar nama kandidat walikota dan wakil walikota Palopo 2013 sesuai dengan nomor urut calon.

Tabel 4.1

Daftar Nama Pasangan Calon Walikota Dan Wakil Walikota Palopo 2013, Putaran Pertama

Nomor urut	Kandidat Walikota	Kandidat Wakil Walikota	Partai Politik/Pengusung
1	H. M. Judas Amir	Akhmad Syarifuddin	PDP, PNBK, Kedaulatan, dan PPDI
2	A. Akrab Rifai Bassaleng	Phiter Singkali	Calon Perseorangan
3	H. Najamuddin J.	H. Abd. Waris Karim	Calon Perseorangan
4	A. Syaiffuddin Kaddiraja	Herman Jaya	Calon Perseorangan

5	H. Haidir Basir	H. Thamrin Jufri	PPP, PKB, PKPB, PBR, dan PKS
6	H. Lanteng Bustami	H. M. Yunus	PDK dan PDIP
7	H. Rahmat Masri Bandaso	Irwan Hamid	Golkar
8	H. M. Jaya	Alimuddin Nur	Hanura, PAN dan PSI
9	Bustam Titing	Musafir Turu	Calon Perseorangan

Sumber data: KPU Palopo dari Wikipedia bahasa Indonesia¹

Dari sembilan pasang kandidat yang berhasil maju dalam panggung politik daerah pada tanggal 22 Januari 2013, akhirnya hanya terpilih dua pasang yang kemudian dipertemukan kembali pada putaran kedua. Hal ini dikarenakan pada hasil pemilihan putaran pertama belum adanya kandidat yang memperoleh total suara sebanyak 30% dari jumlah pemilih yang ada.

Berikut tabel total suara yang peroleh masing-masing pasangan calon pada pilkada Kota Palopo putaran pertama.

Tabel 4.2

Total suara masing-masing kandidat pada putaran pertama berdasarkan nomor urut calon.

Nomor Urut	Total Suara	Persentase Suara
1	19,489	24.47 %
2	2,390	3.00 %
3	771	0.97 %
4	1,172	1.47 %
5	19,561	24.56 %
6	1,448	1.82 %
7	16,097	20.21 %
8	17,840	22.40 %
9	867	1,09 %
Jumlah	79,635	100 %

indonesia.,
an_Wakil_Kepala_Daerah_Kota_Pal

Sumber data: KPU Palopo

Dari total perolehan suara tersebut diatas, sekaligus mengantar dua pasang kandidat dengan suara tertinggi pada pemilihan putaran kedua pada tanggal 18 maret 2013. Kedua kandidat tersebut yakni Judas Amir-Akhmad Syarifuddin (JA) dan pasangan Haidir Basir-Thamrin Jufri (HATI). Dengan masing-masing nomor urut 1 dan 5

Kedua pasangan calon Walikota dan Wakil Walikota tersebut untuk kedua kalinya bertemu pada satu panggung politik yang menegangkan. Dan pada akhirnya kursi tertinggi pemerintahan Kota Palopo berhasil diduduki oleh pasangan Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin dengan perolehan 37.469 suara, sementara pasangan Haidir Basir dan Thamrin Jufri harus puas dengan peroleh 36.371 suara. Dari hasil perhitungan suara KPU Palopo, kida dapat menyaksikan selisih suara antara JA dan HATI sekitar 738 suara.

3. Klasifikasi model komunikasi politik Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin pada putaran I dan putaran II

Kemenangan yang diraih Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin pada pilkada kota Palopo periode 2013-2018 ini tidak lepas dari hasil kerja sama tim pemenangan. Dengan pola-pola komunikasi politik yang halus menyentuh masyarakat mulai dari kalangan bawah sampai pada kalangan atas.

Seperti yang dibahas sebelumnya, bahwa kemenangan JA pada pilkada kali ini harus melalui dua putaran pemilihan karena pada putaran pertama belum ada kandidat yang memenuhi syarat. Dengan situasi politik yang seperti itu,

mengharuskan JA lebih pandai dalam memanfaatkan peluang, yakni melancarkan komunikasi politik dengan pola-pola yang lebih indah.

Pada putaran pertama, dengan mengusung *teglime* “pemimpin baru harapan baru” JA berhasil merebut perhatian khalayak luas dengan mengeluarkan *ambulance* gratis bagi warga yang membutuhkan. Ini merupakan cara yang ampuh untuk menarik perhatian dan simpati khalayak.

Kemudian masih pada putaran pertama pemilihan, tim JA banyak melakukan kunjungan ke rumah-rumah warga dan melakukan kampanye secara *face to face*. Tentu saja selain kampanye langsung kerumah warga JA juga melakukan sosialisasi melalui media-media lokal kota Palopo seperti radio, koran, bahkan tim JA sampai melakukan penerbitan buletin yang di beri nama “buletin sahabat”.

Selanjutnya pada putaran kedua pemilihan, JA lebih meningkatkan intensitas sosialisasi baik langsung maupun melalui media. Namun yang membedakan pada putaran pertama dan kedua adalah pada putaran kedua yang berselang ± 2 bulan sebelum putaran kedua pemilihan, tim banyak melakukan sosialisasi kepada kandidat-kandidat yang kalah pada putaran pertama.

Dengan komunikasi yang baik akhirnya JA mampu merangkul dua lawan politiknya yang gugur pada putaran pertama yakni duet HM Jaya - Alimuddin Nur (JANUR) dan Rahmat Masri Bandaso (RMB) yang selanjutnya pada putaran kedua menjadi simpatisan JA.

Bekerja sama dengan JANUR dan RMB pada putaran kedua JA melakukan sosialisasi yang ekstra kepada simpatisan JANUR dan RMB, dengan

masih menggunakan pola komunikasi politik yang sama yakni mengunjungi secara langsung warga dan melakukan dialog secara terbuka dengan menjampai visi-misi dan program kerja JA setelah terpilih.

4. Deskripsi dibalik kemenangan Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin

Kemenangan JA di panggung perpolitikan Kota Palopo kali ini tentu saja bukan sebuah kebetulan atau sekedar keberuntungan belaka. Kemenangan ini adalah sebuah hasil dari sebuah kerja keras dan kerja sama tim yang solid.

Tim Sukses atau tim Pendukung adalah elemen terpenting dalam sebuah perang politik. Kehadiran sebuah tim yang solid, cerdas dan aktif adalah sebuah poin plus bagi pasangan kandidat.

Inilah yang dimiliki Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin, sebuah tim yang besar, cerdas, aktif, dan hebat. Berdasarkan hasil pengamatan penulis, tim JA terdiri atas gabungan kelompok masyarakat yang kemudian melebur dan menjadi satu untuk JA.

Kelompok-kelompok tersebut adalah OME COMMUNITY, Pemuda JA, dan Komunitas Anak Motor Kota Palopo. Kelompok-kelompok ini lah yang kemudian menjadi satu dan menjadi kekuatan terbesar JA. Kemudian dari kelompok ini JA membagi mereka berdasarkan wilayah kerja. Yang pertama adalah tim pemenangan lapangan dan yang kedua adalah tim media yang bekerja di balik layar.

Selain itu, pada putaran kedua pemilihan walikota Palopo 2013 pasangan dengan *teglina* pemimpin baru harapan baru ini, berhasil merangkul lawan politiknya pada pilkada putaran pertama yakni duet HM Jaya - Alimuddin Nur (JANUR) dan Rahmat Masri Bandaso (RMB) sebagai simpatisannya pada pilkada kota Palopo putaran kedua.

Sedangkan untuk kelancaran proses sosialisasi terhadap masyarakat, JA kemudian membentuk tim sesuai jumlah kecamatan dan jumlah kelurahan yang ada di kota Palopo, bahkan sampai pada tingkat RW dan RT.

“jumlah keseluruhan anggota tim pemenang lapangan sekitar 1.500 orang, yang tersebar di 9 kecamatan dan 48 kelurahan yang di namakan kordinator kecamatan, kordinator kelurahan bahkan ada kordinator RT dan RW.”²

Selain jumlah anggota tim yang boleh dikatakan cukup besar itu, JA juga membagi kerja setiap anggota tim dengan sangat rapih. Setelah menempatkan anggota disetiap wilayah yang ada di kota Palopo, JA kemudian membagi tugas kepada para anggota tim. Tugas pertama bagi setiap anggota adalah dengan mengawal 10 (sepuluh) rumah warga mulai dari masa pencalonan putaran pertama sampai pada putaran kedua pemilihan.

“tim itu sudah dibentuk mulai dari masa pencalonan, jadi setiap satu anggota tim hanya mengawal sepuluh rumah selama dua tahun terhitung mulai masa pencalonan sampai putaran kedua pemilihan”.³

Dengan sistem kerja tim yang terstruktur ini lah yang kemudian memudahkan JA untuk melancarkan aksi sosialisasi yang sedikit banyak berkiblat

²Chaerul Baderu., *Konsultan Media JA*, “wawancara”, Palopo: 31 Januari 2014.

³Chaerul baderu., *Konsultan Media JA*, “wawancara”, Palopo: 31 Januari 2014.

pada model sosialisasi Jokowi (Blusukan Jokowi) yang turun langsung ke daerah warga/masyarakat.

Gaya Blusukan ala JA, adalah dengan mengadakan kunjungan kerumah warga, silaturahmi, diskusi, atau sekedar menghadiri acara-acara seperti pemakaman warga yang meninggal, aqiqah, pernikahan dan yang lainnya.

“disetiap kecamatan dan kelurahan kita memiliki ujung tombak masing-masing, jadi mereka mengumpulkan warga terus kami datang memberikan arahan, sosialisasi atau kadang-kadang kalau ada warga yang kebetulan berkumpul kita ikut cerita-cerita”.⁴

Selain sosialisasi secara langsung, JA juga menggunakan berbagai media sebagai alat yang mempermudah sosialisasinya. Baik cetak maupun elektronik, keduanya adalah media yang ampuh dalam menunjang praktik sosialisasi dalam penyampaian pesan atau gagasan kandidat terhadap masyarakat.

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak.⁵ Dalam kampanyenya, JA menjadikan media sebagai sarana penyampai pesan, gagasan, bahkan pembangunan citra diri kandidat.

Berdasarkan hasil pengamatan penulis, ada beberapa media yang digunakan JA pada masa sosialisasi di musim kampanyenya. Antara lain yaitu media cetak seperti koran dan buletin yang dinamakan buletin “Sahabat Kita”. Sedangkan untuk media elektronik yakni radio dan film dokumenter. Bahkan

⁴Akhmad Syarifuddin, Wakil Walikota, “wawancara”, Palopo: 06 februari 2014.

⁵Hafied Changara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Ed. I; Jakarta: rajawali pers, 2009), h. 123.

untuk capaian yang lebih luas lagi JA membuat beberapa Group pada jejaring sosial seperti Facebook yang menjadi wadah bagi para anggota tim dan masyarakat dalam menyampaikan pendapat dan aspirasinya.

“ selain menerbitkan buletin internal yang dinamakan buletin “Sahabat Kita” tim media juga membuat film dokumenter yang bercerita tentang sosok JA secara apa adanya, kemudian film ini diberikan kepada setiap kordinator pemenangan untuk mereka adakan nonton bareng masyarakat.”⁶

Pengangkatan sosok JA melalui media di nilai penting oleh tim sehingga baik media cetak atau media elektronik, JA selalu dihadirkan sebagai sosok yang paling mampu untuk memimpin Kota Palopo dengan berbagai alasan termasuk latar belakang pendidikan, dan pengalaman kerjanya.

Kemudian penekanan pada 23 program JA yang di nilai bermasyarakat menjadi poin pendukung dalam pengangkatan citra positifnya.

Sesuai hasil observasi, adapun 23 program prioritas JA yang dicetak rapih salah satunya dalam bentuk kalender adalah:

1. Mewujudkan pendidikan gratis yang paripurna dari tingkat SD hingga SLTA.
2. Pemberian biaya bantuan pendidikan S2-S3 bagi PNS dan masyarakat yang memenuhi prestasi akademik.
3. Mendidik 100 (seratus) pemuda tiap tahun untuk dikirim menjadi pelaut.
4. Mencetak 10.000 (sepuluh ribu) orang wirausahawan baru melalui pelatihan industri rumah tangga (home industry).
5. Menyalurkan bantuan untuk setiap kelurahan sebesar Rp. 1 Miliar melalui koperasi disetiap kelurahan .

⁶Chaerul Baderu , *Konsultan Media JA*, “wawancara”., Palopo: 31 januari 2014.

6. Mewujudkan kesehatan gratis yang paripurna.
7. Pemberian 40.000 kartu sehat untuk tahap 1 (pertama).
8. Pemakaman gratis untuk warga Palopo.
9. Pengurusan akte lahir, kartu keluarga (KK) dan KTP secara gratis.
10. Penghapusan retribusi bagi pedagang sayur-mayur dan pedagang K-5.
11. Pemberian bantuan pukat/jaring kepada nelayan tradisional secara bertahap.
12. Pemberian intensif bagi imam masjid/pegawai sara' dan guru mengaji serta pengelola rumah ibadah lainnya.
13. Peningkatan intensif bagi ketua RW-RT.
14. Pemberian insentif bagi Pegawai Negeri Sipil (PNS).
15. Perluasan cakupan pelayanan Ambulance gratis, tidak hanya dalam wilayah Kota Palopo melainkan dalam wilayah Sulawesi Selatan.
16. Penataan dan fasilitasi potensi adat dan budaya.
17. Mewujudkan pemerintahan yang bebas dari korupsi.
18. Pemasangan pipa air bersih secara gratis untuk menjangkau rumah-rumah penduduk yang tidak mampu.
19. Menjadikan Palopo sebagai daerah/kota "hub" untuk jazirah utara sulawesi selatan.
20. Pembenahan dan penataan hutan kota sebagai daya tarik pendukung pariwisata.
21. Penataan kawasan pesisir melalui program "salemo" (sampo-lemolemo).
22. Mewujudkan Kota Palopo sebagai kota bebas banjir.
23. Pemberian santunan bagi keluarga masyarakat yang meninggal dunia.

Peran media dalam mengkomunikasikan JA selanjutnya adalah mendingkai sosok Judas Amir yang lanjut usia menjadi sosok yang berwibawa dan berpengalaman, dan kemudian Akhmad Syarifuddin adalah sosok pemuda yang energik, cerdas, dan berkompeten. Sehingga perbedaan usia pasangan ini tidak menjadi sebuah kekurangan namun perbedaan ini adalah sebuah kelebihan yang dimiliki oleh pasangan JA.

B. Analisis Pembahasan

Untuk mengetahui bagaimana peran komunikasi politik dalam memenagkan Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin (JA) pada pilkada Kota Palopo tahun 2013, maka terlebih dahulu dilakukan pengamatan awal bagaimana praktik komunikasi politik Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin (JA) pada pilkada Kota Palopo tahun 2013.

1. Praktik komunikasi politik Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin

Dengan mengusung 23 program prioritas, Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin optimis maju dalam panggung perpolitikan Kota Palopo bersaing dengan sembilan pasangan kandidat lainnya. Program yang di nilai bermasyarakat ini merupakan poin plus bagi pasangan yang namanya selalu di singkat JA (Judas Amir-Akhmad Syarifuddin).

Secara sederhana komunikasi dapat dipahami sebagai pembicaraan, dan sebuah pembicaraan tidak akan berlanjut lebih jauh ketika kita tidak mengerti pesan yang disampaikan oleh orang lain melalui pembicaraan tersebut. Karna sebuah pembicaraan adalah bentuk penyampaian pesan kepada orang lain. Memahami pesan adalah tujuan dari semua proses pemaknaan.

Sebuah makna yang dipahami bersama dalam sebuah pembicaraan merupakan sebuah proses interaksi organisme. Baik itu interaksi antara individu dengan individu lain atau individu dengan kelompok. Kedua interaksi tersebut selalu melibatkan simbol-simbol, dimana simbol-simbol yang digunakan merupakan simbol yang sebelumnya sudah di sepakati bersama. Kerna

penggunaan simbol pada umumnya bertujuan untuk mencapai kesamaan makna terhadap suatu objek.

Dalam sosialisasinya, JA selalu melakukan kegiatan-kegiatan yang menjadikannya dekat dengan masyarakat. Pembangunan citra positif selalu diutamakan dengan media dan cara-cara yang tak terduga. Ambulance gratis Judas Amir adalah salah satu cara sosialisasi langsung dan menyentuh masyarakat.

Sesuai dengan teori yang penulis gunakan yakni teori interaksionisme simbolik. Konsep utama dalam teori ini adalah interaksi antara individu, baik individu dengan individu ataupun antara individu dengan kelompok. Yang dimana menurut teori ini interaksi yang tercipta antara keduanya yakni dengan menggunakan simbol-simbol dengan tujuan untuk mencapai kesamaan makna yang sama terhadap suatu objek.

“kami melakukan kunjungan langsung kepada masyarakat untuk sosialisasi tujuannya adalah supaya pesan yang disampaikan itu pasti, maksudnya kalau melalui perantara takutnya pesan itu tidak tersampaikan dengan baik, sehingga kami memutuskan untuk langsung kepada masyarakat”.⁷

Propaganda adalah suatu mekanisme kontrol sosial dengan menggunakan lambang untuk meningkatkan ketertiban sosial melalui kepercayaan bersama, nilai yang diakui bersama, dan pengharapan yang saling lingkup. Sasarannya ialah meningkatkan identifikasi para anggota dan kelompoknya.⁸

⁷Akhmad Syarifuddin, *Wakil WaliKota Palopo*, “wawancara”. Palopo: 06 februari 2014.

⁸Dan Nimmo, *Komunikasi Politik; Komunikator, Pesan Dan Media*, (Cet. VI; Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005). h. 134.

Citra yang baik akan ditampilkan pada ruang publik dengan cara yang berbeda. Sehingga penggunaan simbol dalam suatu interaksi adalah hal yang sangat penting. Karena setiap orang akan bertindak berdasarkan makna yang mereka terima melalui simbol-simbol yang disampaikan.

“ di media kita menjual pak Judas sebagai sosok pemimpin yang di nilai pantas memimpin Palopo, karna pertama dia pensiunan PNS dan dianggap pantas menjadi pemimpin Palopo karna dia pemain senior, pernah menjabat beberapa jabatan.”⁹

Menurut teori interaksionisme simbolik, fakta sosial bukanlah sesuatu yang mengendalikan dan memaksa tindakan manusia. Fakta sosial di tempatkan dalam kerangka simbol-simbol dalam interaksi manusia.

“ kendala yang dihadapi adalah usia pak Judas itu tua dan Ome yang terlalu muda, jadi tim media harus mengemas ini barang supaya barang tua dan muda ini laku. Pertama tim media mengambil foto dimana pak Judas itu kelihatan gagah, sosoknya berwibawa. Dalam foto itu saja biasa sampai seratus foto kita seleksi, tidak boleh pak Judas potonya jelek dan kelihatan tua sekali”¹⁰

“Pemimpin Baru, Harapan Baru” merupakan slogan dari JA, yang menjadi satu ciri khas dari pasangan ini. Penetapan 23 program prioritas yang bermasyarakat adalah langkah yang efektif menuju kursi pemerintahan tertinggi di Kota Palopo. Selain itu dalam aksinya JA juga menghadirkan Ambulance gratis bagi masyarakat yang memerlukan, pemasangan baliho di sudut-sudut kota Palopo dan stiker pada kendaraan bermotor.

⁹Chaerul Baderu, *Konsultan Media JA*, “wawancara”., 31 januari 2014.

¹⁰Chaerul Baderu, *Konsultan Media JA*, “wawancara”., 31 januari 2014.

Hal tersebut diatas kemudian ditunjang dengan gaya blusukan yang sedikit banyak berkiblat pada gaya sosialisasi ala Jokowi pada pemilihan Gubernur DKI Jakarta yang lalu. JA terjun langsung dalam kegiatan-kegiatan bersama masyarakat bahkan beberapa kali mengadakan kegiatan yang bersifat kemasyarakatan seperti memperingati hari-hari nasional, mengadakan jalan sehat berhadiah dan beberapa kali mengadakan dialog terbuka bersama warga dan LSM di Kota Palopo.

Untuk mendukung jalannya sosialisasi ini, JA lalu membingkai segala bentuk kegiatannya dalam pemberitaan pada media-media lokal Kota Palopo, seperti koran-koran lokal, atau station radio lokal dan bahkan pada jejaring sosial seperti Facebook. Bahkan tidak tanggung-tanggung awak JA memproduksi satu buah film dokumenter yang mengangkat sosok Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin secara apa adanya, yang kemudian di publikasikan pada masyarakat.

Kemudian untuk melengkapi segala praktik sosialisasi yang dilakukan JA, tim kemudian menerbitkan buletin SAHABAT KITA pada 6 bulan terakhir masa sosialisasi, yang diterbitkan 2 kali setiap bulannya. Buletin ini adalah buletin internal yang diterbitkan tim yang kemudian di bagikan secara serentak pada masyarakat.

Mulai dari gaya blusukan sampai pada penerbitan buletin adalah praktik komunikasi politik yang nyata di lakukan oleh awak JA pada masa sosialisasi. Ini dinilai baik oleh pengamat sosial politik yang menyatakan bahwa,

“ bagus, beliau tidak jaim. Jadi cara seperti itu bagus karena masyarakat dapat menyampaikan aspirasinya tanpa merasa canggung atau tertekan”.¹¹

Berdasarkan uraian diatas dapat di simpulkan bahwa praktik komunikasi politik JA lebih mengarah pada pola komunikasi tatap muka dengan sistem komunikasi informal. Dimana JA lebih banyak berhubungan langsung dengan masyarakat melalui cara blusukan ala JA.

2. Faktor pendukung dalam praktik komunikasi politik Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin.

Dengan kekuatan 1500 orang anggota, JA membagi timnya menjadi dua bagian yang saling mendukung satu sama lain. Yang pertama adalah tim media dimana Chaerul Baderu selaku konsultan media, dan yang kedua adalah tim pemenangan lapangan yang di komandoi oleh Mustahir Sidu selaku koordinator inti.

Kekuatan terbesar tim ini adalah solidaritas antara setiap anggotanya. Saling percaya dan kerja keras adalah yang terpenting bagi tim. Membagi tim berdasarkan jumlah kecamatan dan kelurahan bahkan sampai pada wilayah RW dan RT. Yang kemudian setiap anggota tim ini di berikan tugas utama yang sama yakni mengawal 10 rumah warga untuk setiap satu anggota tim.

“setiap satu anggota mengawal sepuluh rumah warga yang sudah mereka laporkan, mulai dari masa pencalonan sampai pada akhir pemilihan, jadi masa kerjanya bisa dibilang sekirtar 2 tahun penggarapan”.¹²

¹¹Abdul Pirol., *Dosen STAIN Palopo Sekaligus Pengamat Sosial Politik*, “wawancara”, Palopo, 06 februari 2014.

¹²Chaerul Baderu, *Konsultan Media JA*, “wawancara”, Palopo, 31 januari 2014.

Salah satu unsur yang berperan dalam proses sosialisasi pada masa kampanye adalah media massa. Media adalah tempat dimana proses komunikasi berlangsung. Dengan demikian media massa merupakan sarana penyampaian informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara luas.

Dalam proses sosialisasi media adalah hal yang sangat penting. Salah satu media yang banyak di gunakan untuk kampanye pada masa sekarang adalah media online. ini dikarenakan kampanye pada media seperti ini tidak banyak menelan biaya, selain itu melalui media Online setiap informasi akan cepat beredar, ini disebabkan karena banyaknya pengguna media Online pada masa sekarang ini terutama seperti Facebook.

Inilah yang juga dilakukan JA pada masa kampanyenya, dengan membuat tiga group Facebook. Berikut nama dan jumlah anggota JA dalam Group Facebook:

IAIN PALOPO

Tabel 4.3

Nama dan Jumlah Anggota JA Pada Media Online Facebook

No	Nama Group	Jumlah Anggota
1	Akhmad Syarifuddin (OME) Palopo For 2013	530 orang
2	Judas Amir Sahabat Kita	379 orang
3	Pendukung JA No 1	74 orang

Sumber: hasil observasi

Selain media online seperti facebook media yang paling efektif dalam proses sosialisasi adalah media massa seperti koran dan radio. Kesempatan ini juga tidak di lewatkan oleh pasangan Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin. Pada musim kampanye pasangan ini memasang beberapa iklan di radio-radio lokal Kota Palopo, jalan ini ditempuh dengan pertimbangan bahwa masyarakat Kota Palopo kelas menengah ke bawah masih aktif mendengar radio.

Kemudia untuk koran, photo pasangan JA juga beberapa kali terlihat pada beberpa koran lokal Kota Palopo, berdasarkan hasil penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa sejak tanggal 20 Oktober 2011 sampai dengan 20 November 2011 persentase penggunaan media pada harian pagi Palopo pos tercatat 15 berita yang memuat tentang Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin.¹³

Tidak sebatas koran dan radio saja, seperti calon-calon pada umumnya JA juga membuat beberapa baliho yang di pasang di hampir setiap sudut strategis di Kota Palopo. Terhitung sekitar 37 buah baliho. Selain itu JA juga secara intensif membagikan atribut-atribut seperti stiker dan kalender secara gratis pada masyarakat Kota Palopo.

Selain faktor-faktor pendukung seperti yang di uraikan diatas, salah satu yang sangat berperan penting dalam kemenangan JA pada pilkada kota Palopo yakni keterlibatan tokoh-tokoh yang cukup mampu menjadi sandaran bagi pasangan Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin.

Judas Amir misalnya, beliau merupakan pendiri dari akademi Keperawatan (Akper) dan Akademi Kebidanan (Akbid) kamanre Palopo yang

¹³Sunaryo Mande', "*Komunikasi Politik Kandidat Bakal Calon Walikota Palopo Menjelang Pilwalkot 2013*", Skripsi sarjana komunikasi Islam, (Sul-Sel: STAIN Palopo, 2011), h.62. td.

berlokasi di binturu kota Palopo, yang saat ini di pimpin langsung oleh istri beliau yakni dr. Hj. Utia Sari. Tentu saja ini merupakan salah satu poin plus bagi Judas Amir.

Selain itu, Akhmad Syarifuddin selaku calon wakil walikota bukanlah figur asing bagi masyarakat Palopo, apalagi di kalangan muda kota Palopo. Selain dikenal sebagai putera ketua Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Palopo, H Syarifuddin Daud, Ome dikenal sebagai dosen STAIN Palopo dan Staf Ahli Komisi VI DPR RI yang saat ini tengah menyelesaikan pendidikan S3 di salah satu perguruan tinggi ternama di Pulau Jawa.

Ome juga adalah wakil sekretaris AMPI pusat, pengurus KNPI pusat dan beberapa ormas lainnya. Berdasarkan latar belakang pendidikan, pengalaman kerja, dan dukungan moril dari sahabat dan keluarga mengantarkan pasangan ini menduduki kursi tertinggi dalam pemerintahan lokal kota Palopo.

“sosok JA yang cerdas bisa dilihat dari latar belakang pendidikan dan pengalaman kerjanya selama ini, apa lagi JA aktif dalam sosialisasinya dengan masyarakat. Itu cukup jadi alasan kenapa saya pilih JA”¹⁴

Berdasarkan uraian di atas ada beberapa faktor pendukung dalam praktik komunikasi politik JA antara lain:

- 1). Jumlah anggota tim yang memadai, aktif, solid, dan cerdas.
- 2). Masa kerja tim yang cukup lama, rapih dan terstruktur.
- 3). Kedekatan antara kandidat, tim dan masyarakat.
- 4). Pemanfaatan media sebagai alat pendukung proses sosialisasi, baik media online, media cetak, dan elektronik.
- 5). Latar belakang pendidikan dan pengalaman kerja kandidat.
- 6). Dukungan dari sahabat dan keluarga.

3. Peran komunikasi politik dalam memenagkan Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin

14 Mail, *Masyarakat Battang*, “wawancara”, Palopo 07 february 2014.

Komunikasi politik adalah suatu kegiatan yang bersifat politis. Bila dipandang seperti itu maka komunikasi politik terjadi dalam setiap kegiatan politik. Komunikasi politik dimaksudkan untuk menyampaikan pesan yang baik pada masyarakat, sehingga mampu menarik simpati masyarakat.

Dengan tujuan tersebut, maka setiap pelaku politik harus memiliki pola komunikasi yang mampu menunjang tercapainya tujuan tersebut. Ada empat pola komunikasi politik yang kerap digunakan para elit politik dalam praktik politik diantaranya:¹⁵

- a. Pola komunikasi vertikal (dari pimpinan kepada yang dipimpin).
- b. Pola komunikasi horizontal (antar individu dengan individu, kelompok dengan kelompok).
- c. Pola komunikasi formal (pola komunikasi melalui jalur-jalur organisasi resmi).
- d. Pola komunikasi informal (komunikasi melalui pertemuan atau tatap muka, tidak mengikuti prosedur atau jalur-jalur organisasi).

Berdasarkan hal di atas dapat dilihat bahwa pasangan judas amir dan akhmad syarifuddin cenderung pada pola komunikasi informal, dengan lebih banyak mengadakan tatap muka dengan masyarakat tanpa harus mengikuti prosedur.

“kami melakukan kunjungan langsung kepada masyarakat untuk sosialisasi tujuannya adalah supaya pesan yang disampaikan itu pasti, maksudnya kalau melalui perantara takutnya pesan itu tidak tersampaikan dengan baik, sehingga kami memutuskan untuk langsung kepada masyarakat”¹⁶

¹⁵Eka Yusfitasari, *Komunikasi Politik.*, <http://tekompolitik.blogspot.com>. Akses, 18 November 2013.

Salah satu asumsi dari teori interaksionisme simbolik yakni struktur sosial dihasilkan melalui interaksi sosial, dalam artian individu dapat memodifikasi situasi sosial.

“ketika pak Judas di isukan kena struk, kami tim media harus lawan itu. Caranya tim media kemari, saya kasi jalan-jalan kaki itu pak Judas setiap ada isu saya kasi jogging, jalan-jalan pagi di perumahan penduduk. Dan kita sudah siapkan media untuk foto itu, dan besok pagi semua media harus muat itu bahwa pak Judas masih sempat jalan-jalan pagi dan sapa masyarakat di perumahan sehingga isu pak Judas kena struk terjawab dengan sendirinya bahwa pak Judas itu jalan kaki bahkan dia sehat bugar”.¹⁷

Masyarakat atau publik itu sendiri adalah kelompok yang abstrak dari orang-orang yang menaruh minat terhadap suatu persoalan yang memiliki kepentingan yang sama, dimana mereka terlibat dalam suatu proses pertukaran pikiran melalui komunikasi tidak langsung (berperantara) untuk mencari penyelesaian demi kepuasan atas persoalan atau kepentingan mereka.

Pembentukan opini publik tidak berlangsung begitu saja melainkan “berperantara”, tidak ada opini yang dibentuk melalui komunikasi *face to face* tetapi ada media yang menjadi perantara untuk membentuk opini publik. Hal itu hanya bisa dibentuk oleh media massa.¹⁸

¹⁶Akhmad Syarifuddin, *Wakil WaliKota Palopo*, “wawancara”, Palopo: 06 februari 2014.

¹⁷Chaerul Baderu, *Konsultan Media JA*, “wawancara”, Palopo, 31 januari 2014.

¹⁸Apriadi Tamburaka., *Agenda Setting Media Massa*, (Cet.I; Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), h. 99.

“ kendala yang dihadapi adalah usia pak Judas itu tua dan Ome yang terlalu muda, jadi tim media harus mengemas ini barang supaya barang tua dan muda ini laku. Pertama tim media mengambil foto dimana pak Judas itu kelihatan gagah, sosoknya berwibawa. Dalam foto saja biasa sampai seratus foto kita seleksi, tidak boleh pak Judas potonya jelek dan kelihatan tua sekali”¹⁹

“ketika kami menyampaikan gagasan pada masyarakat, orang liat wah justru ini yang memang layak mendampingi usia boleh muda tapi pemikiran, kemudian kematangan dalam menyikapi persoalan, kemudian strategi dalam pengambilan keputusan. Yang kedua usia boleh muda tapi jaringan saya cukup luas, saya enam tahun di DPR RI jadi jaringan saya luas”²⁰

“sosok JA yang cerdas bisa dilihat dari latar belakang pendidikan dan pengalaman kerjanya selama ini, apa lagi JA aktif dalam sosialisasinya dengan masyarakat. Itu cukup jadi alasan kenapa saya pilih JA”.²¹

“beliau itu lugas, kemudian kalau ada masalah cepat langsung dicari bagaimana solusinya. Mungkin karna pengalamannya selama ini sebagai birokrat”²²

Proses komunikasi yang dibangun oleh JA terhadap masyarakat ini dapat dikatakan sebagai komunikasi tatap muka, dimana pesan disampaikan secara langsung oleh komunikator, dan secara langsung menerima umpan balik dari komunikan. Sehingga keuntungannya adalah komunikator dapat melihat secara

¹⁹Chaerul Baderu, *Konsultan Media JA*, “wawancara” , Palopo, 31 januari 2014.

²⁰Akhmad Syarifuddin, *Wakil WaliKota Palopo*, “wawancara”., Palopo: 06 februari 2014.

²¹Mail, *Masyarakat Battang*, “wawancara” , Palopo 07 februari 2014.

²²Abdul Pirol, *Dosen STAIN Palopo Sekaligus Pengamat Sosial Politik*, “wawancara” , Palopo: 06 februari 2014.

langsung respon balik yang dilakukan oleh komunikan saat melakukan proses interaksi.

Kelebihan komunikasi tatap muka adalah:²³

- 1) Komunikasi lebih efektif dalam membujuk lawan bicara karena tanpa menggunakan media dalam penyampaian pesannya serta dapat langsung melihat reaksi dari lawan bicara.
- 2) Komunikasi sering dilakukan oleh semua orang dalam berhubungan dengan masyarakat luas.
- 3) Komunikator dapat mengetahui diri komunikan selengkap-lengkapnyanya. Komunikator dapat mengetahui secara psikologis komunikan yang sedang dihadapinya.

Dengan pola komunikasi tatap muka yang dilakukan, JA berhasil meyakinkan masyarakat bahwa mereka adalah satu-satunya kandidat yang layak untuk memimpin Kota Palopo pada periode 2013-2018 kedepan.

Dengan pola komunikasi tatap muka, gaya blusukan yang santai, program yang merakyat, media sosialisasi yang efektif, tim yang solid, serta kandidat yang cerdas, berwibawa, dan berkompeten, maka wajar bila JA banyak dilirik oleh masyarakat Kota Palopo.

“saya tertarik dengan programnya yang benar-benar merakyat”.²⁴

²³Yuli rahmawati., *Komunikasi Tatap Muka*, <http://yulirahmawati93.blogspot.com/2013/07/komunikasi-tatap-muka.html>., Akses, 30 januari 2014.

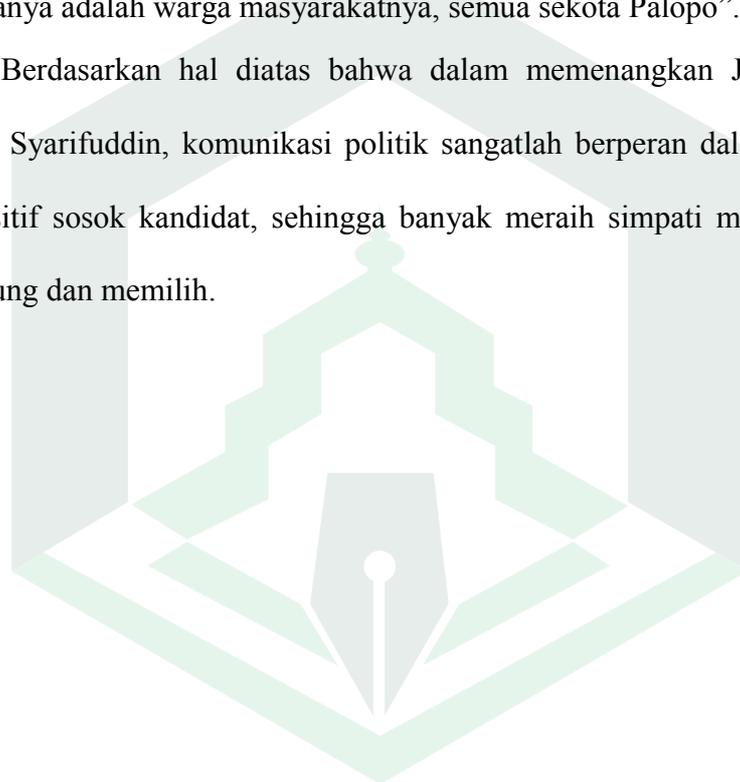
²⁴Like Trie Oetamiek , *Masyarakat Kelurahan Balandai*, “wawancara”, Palopo, 06 february 2014.

“yang saya tau, Cuma JA yang menyediakan ambulance gratis bagi warga Kota Palopo, selain itu pembagian kartu sehat juga ada, apalagi JA biasa mengadakan kunjungan kerumah warga secara langsung, saya kira itu baik”.²⁵

“lugas, tidak jaim, santai, pembawaan beliau memang kalau diamati seperti itu, kemudian masyarakat kebetulan suka dengan yang begitu jadi ketemulah”²⁶

“harapan saya dengan terpilihnya JA, semoga semua yang menjadi program priotasnya dapat terlaksana semuanya dengan baik, tidak membedakan antara yang pernah memilih dan tidak memilihnya karna semuanya adalah warga masyarakatnya, semua sekota Palopo”.²⁷

Berdasarkan hal diatas bahwa dalam memenangkan Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin, komunikasi politik sangatlah berperan dalam membangun citra positif sosok kandidat, sehingga banyak meraih simpati masyarakat untuk mendukung dan memilih.



IAIN PALOPO

²⁵Mariana Rahim , *Masyarakat Salubulo*, “wawancara”, Palopo, 07 februari 2014.

²⁶Abdul Pirol, *Dosen STAIN Palopo Sekaligus Pengamat Sosial Politik*, “wawancara”, Palopo: 06 februari 2014.

²⁷Like Trie Oetamiek , *Masyarakat Kelurahan Balandai*, “wawancara”, Palopo, 06 februari 2014.

BAB V

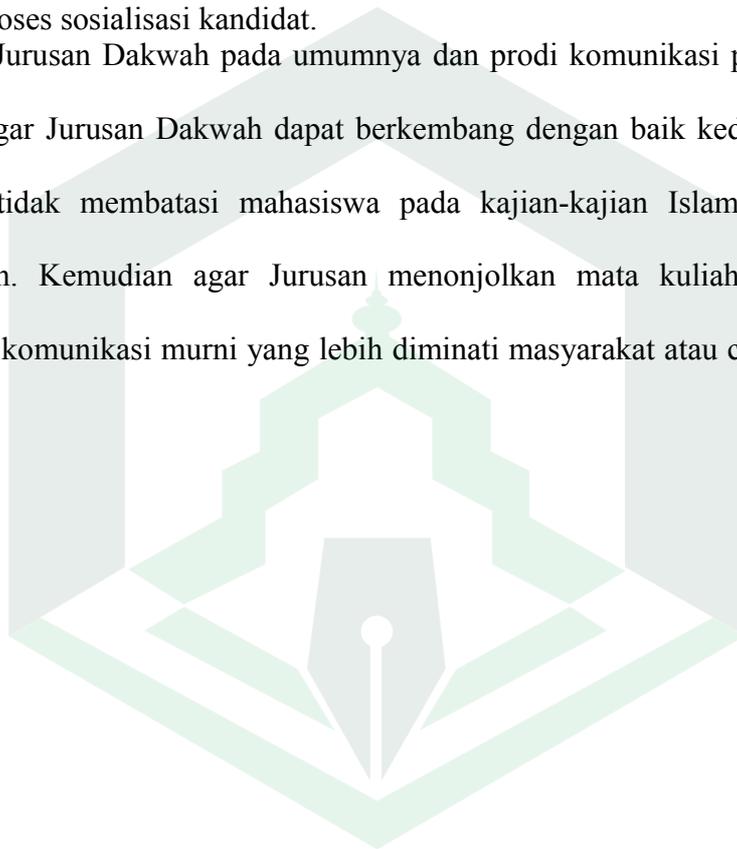
PENUTUP

A. Kesimpulan

- Dari beberapa pembahasan terdahulu, penulis dapat mengemukakan beberapa kesimpulan antara lain sebagai berikut:
1. Praktik komunikasi politik yang dilakukan Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin pada pilkada kota palopo 2013 adalah:
 - a. Melakukan kegiatan-kegiatan kemasyarakatan.
 - b. Menyediakan sarana kesehatan bagi masyarakat seperti ambulance gratis dan membagikan kartu sehat kepada masyarakat yang membutuhkan.
 - c. Melakukan kunjungan langsung ke daerah-daerah secara berkala.
 - d. Mengadakan undian berhadiah bagi masyarakat.
 - e. Melakukan dialog-dialog terbuka dengan masyarakat.
 2. Faktor pendukung dalam praktik komunikasi politik Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin pada pilkada kota Palopo 2013 yakni:
 - a. Jumlah anggota tim yang cukup besar yakni sekitar 1500 orang anggota.
 - b. Kerja tim yang terstruktur dan dimanis.
 - c. Penggunaan media selama masa sosialisasi, baik untuk mengangkat sosok kandidat maupun mengsosialisasikan program kepada masyarakat.
 - d. Latar belakang pendidikan dan pengalaman kerja kandidat.
 - e. Dukungan dari sabat dan keluarga.
 3. Peran komunikasi politik dalam memenangkan Judas Amir dan Akhmad Syarifuddin pada pilkada kota Palopo 2013 yakni politik pencitraan kandidat kepada masyarakat dengan membangun hubungan secara persuasif dan menawarkan serangkaian kegiatan serta program-program yang akan dilakukan setelah terpilih.

B. Saran

1. Sebaiknya penelitian yang sama nantinya tidak hanya meneliti peran komunikasi politik secara umum, namun lebih khusus lagi pada peran sebuah tim atau media dalam memenangkan kandidat.
2. Sebaiknya penelitian dilakukan dengan observasi secara lebih mendalam lagi dalam proses sosialisasi kandidat.
3. Kepada Jurusan Dakwah pada umumnya dan prodi komunikasi pada khususnya, bahwa agar Jurusan Dakwah dapat berkembang dengan baik kedepannya adalah dengan tidak membatasi mahasiswa pada kajian-kajian Islam dalam sebuah penelitian. Kemudian agar Jurusan menonjolkan mata kuliah dan program-program komunikasi murni yang lebih diminati masyarakat atau calon mahasiswa baru.

**IAIN PALOPO**

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Cet. X; Jakarta: Rajawali Pers, 2009.
- Changara , Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Ed. I; Jakarta: Rajawali Pers, 2009..
- Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Al-Qur'an dan terjemahannya*, Cet. II; Bandung: CV Diponegoro, 2012.
- Effendy, Uchjana, Onong., *ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, Cet . XXI; Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007.
- Mande', Sunaryo, “ *Komunikasi Politik Kandidat Bakal Calon Walikota Palopo Menjelang Pilwalkot 2013*”, Skripsi sarjana komunikasi Islam, Sul-Sel: STAIN Palopo, 2011, td.
- Margono. S. *Metode Penelitian Pendidikan*, Cet. IV; Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004.
- Nimmo , Dan, *Komunikasi Politik; Komunikator, Pesan Dan Media*, Cet. VI; Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005.
- Riswandi, *Komunikasi Politik*, Cet. I; Jakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Rodee, Clymer, Carlton., Dkk, *Pengantar Ilmu Politik*, Cet. V; terj. Zulkifly Hamid, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002.
- Syafiie, kencana, Inu, *Ilmu Politik*, Cet. I; Jakarta; PT Rineka Cipta; 2000.
- Tamburaka Apriadi., *Agenda Setting Media Massa*, Cet.I; Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012.
- Varma, SP., *Teori Politik Modern*, Cet. VI; Jakarta; PT.Raja Grafindo Persada; 2001.

Sumber lain:

Aminah , Nur , Andi., *kampanye media sosial murah dan efektif*, Republika Online. html

daya , barat , aceh , Panwaslu , *pengertian kampanye*,
<http://panwaslu2abdya.wordpress.com>

Hanifah., *Teori Interaksi Simbolik*, <http://oelhanifah.blogspot.com>.

MS , Soeprapto ,Riyadi., *mengenal singkat teori interaksionisme simbolik*,
<http://www.averroes.or.id>.

negeri , dalam, Kementrian, *dasar hukum penyelenggaraan pilkada .,*
<http://www.kemendagri.go.id/pilkada>

rahmawati, Yuli., *Komunikasi Tatap Muka*,
<http://yulirahmawati93.blogspot.com/2013/07/komunikasi-tatap-muka.html>.

Rosit , Muhamad, *strategi komunikasi politik dalam pilkada (studi kasus strategi kemenangan pasangan Ratu Atut dan Rano Karno dalam memenangkan pilkada banten 2011)*, <http://lontar.ui.ac.id>.

Sobarudin , Arif., *Teori Interaksionisme Simbolik*, <Http://www.bisosial.Com>.

Wikipedia bahasa indonesia.,
httpid.wikipedia.org/wiki/Pemilihan_Umum_Kepala_Daerah_dan_Wakil_Kepala_Daerah_Kota_Palopo_2013.

Yusfitasari, Eka, *komunikasi politik*, <http://tekompolitik.blogspot.com>.



IAIN PALOPO

BIODATA

I. Data Pribadi



1. Nama : Masna H
2. Tempat dan tanggal lahir : lepa-lepa 08 Agustus 1991
3. Jenis kelamin : perempuan
4. Agama : Islam
5. Orang tua : Ayah : Haeruddin
Ibu : Hasnawati
6. Alamat : kec. burau, kab. Luwu Timur
7. Email : masnaeruddin@yahoo.co.id
8. Facebook : Anna Jangkeng

II.

Pendidikan Formal

1. SDN 102 Burau : Tahun 1997-2003
2. SMPN 2 Burau : Tahun 2003-2006
3. SMAN 1 Burau : Tahun 2006-2009
4. Prodi komputer : Tahun 2009-2011
5. Prodi komunikasi : Tahun 2011-2014

II. Pendidikan Nonformal

1. Workshop Radio dan Penyiaran : Tahun 2011
2. Diklatsar Jurnalistik : Tahun 2011
3. Workshop Ekonomi Islam dan Hukum Perdata Islam : Tahun 2011
4. Seminar Pendidikan Nasional : Tahun 2012
5. Workshop Penulisan Karya Ilmiah : Tahun 2013
6. Seminar Gender : Tahun 2013
7. Seminar Nasional Pendidikan : Tahun 2013

III. Riwayat Organisasi

1. Koordinator bidang keilmuan PMII Komisariat STAIN Palopo : Tahun 2011-2012
2. Ketua III bidang keperempuanan PMII cabang kota Palopo : Tahun 2012-2014
3. Bendahara umum Himpunan Mahasiswa Jurusan Komunikasi : Tahun 2012-2013
4. Bendahara umum Lembaga Pers Mahasiswa Graffity : Tahun 2012-2013

IV. Pekerjaan

1. Crew Al-Hikmah FM (Radio Kampus) STAIN Palopo : Tahun 2012
2. Crew LPM Graffity (Pers Kampus) STAIN Palopo : Tahun 2012