ANALISIS STRATEGI KAMPANYE DAN OPINI MASYARAKAT MENGENAI PASANGAN CALON BUPATI DAN WAKIL BUPATI KABUPATEN BANJAR H. RUSLI – KH. FADHLAN ASY'ARI PADA PILKADA TAHUN 2020

Muhammad Muthahari Ramadhani[1)]
[1)]Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
E-mai: *muthahhari.ramadhani@ulm.ac.id*

ABSTRAK

Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) merupakan suatu hal yang penting dilakukan sebagai bentuk nyata dari menjalankan Demokrasi dan juga sebagai bentuk aktif masyarakat untuk membangun bangsa sesuai dengan harapan semua warga negara Indonesia. Dalam pelaksanaan Pilkada di tahun 2020 ini terdapat perbedaan yang terjadi dengan pelaksanaan Pilkada sebelumnya, yaitu kendala situasi pandemi Covid 19 yang terjadi sehingga membuat banyak sekali penyesuaian dan juga bahkan pertentangan yang dihadapi. Pasangan calon bupati dan wakil bupati Kabupaten Banjar nomor urut 3, H. Rusli dan K.H.M. Fadhlan Asy'ari bisa dibilang cukup masif dalam kampanyenya, tetapi kurang menjangkau sampai benar-benar ke pelosok di mana masyarakat daerah pinggiran pun banyak yang tidak mengetahui mengenai siapa saja pasangan calon bupati dan wakil bupati Kabupaten Banjar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati nomor urut 3 Kabupaten Banjar yaitu H. Rusli dan KH. Fadhlan Asy'ari untuk strategi kampanye yang mereka lakukan bisa dibilang kurang maksimal terbukti dari hasil wawancara ke masyarakat dan wawancara ke pasangan calon memiliki sebuah strategi dimana mereka mengkampanyekan kepada 50 orang warga setiap pertemuan tatap muka dan menurut penjelasan mereka masyarakat terlihat antusias walaupun keadaan tidak mendukung protokol Covid-19. Pasangan ini mempunyai strategi tersembunyi dimana strategi tersebut tidak dipublikasikan. Kecenderungan pasangan calon H. Rusli dan KH. M. Fadhlan Asy'ari ini memanfaatkan kesamaan masalah dengan masyarakat dan mereka mampu menyesuaikan diri dengan situasi dan kondisi yang ada di Kabupaten Banjar dan ini tercermin dalam visi dan misi pasangan calon ini serta ada di slogannya, yakni "BANJAR MANUNTUNG".

Kata Kunci: *Pilkada Kabupaten Banja; Komunikasi Politik; Covid-19; Strategi.*

PENDAHULUAN

Sejalan dengan dianutnya paham demokrasi di seluruh lapisan masyarakat Indonesia, pada Februari 2003 Dewan Perwakilan Rakyat mengesahkan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah yang menjadi dasar hukum penyelenggaraan pemilihan kepala daerah (Pilkada), Sebelumnya kepala daerah dan wakil kepala daerah dipilih Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD). Pemilihan kepala daerah merupakan sebuah ajang mewujudkan demokrasi di tingkat daerah, Melalui mekanisme pemilihan kepala daerah langsung rakyat dapat menentukan sendiri pemimpin politik di daerahnya sehingga kepala daerah yang terpilih merupakan harapan dari suara masyarakat.

Jaringan komunikasi politik menjadi sangat penting bagi seorang kepala daerah dalam berhubungan dan bernegosiasi dengan anggota legislatif di tingkat daerah, karena pola komunikasi yang muncul akan beragam sesuai dengan kondisi di lapangan (Ramadhani, 2020).

Di masa pandemi ini banyak sekali perubahan yang terjadi, mulai dari ekonomi, pendidikan, dan tak luput juga pada bidang politik. Meskipun masih diberlakukan aturan untuk menjaga protokol kesehatan dan tetap di anjurkan di rumah saja, pemerintah tetap memutuskan untuk melaksanakan Pemilihan kepala daerah tahun ini. Komisi Pemilihan Umum (KPU) telah menerbitkan revisi aturan yang melarang kampanye dengan cara menciptakan kerumunan masa seperti rapat umum dan konser musik, serta membatasi pertemuan tatap muka.

Seiring dengan berjalannya pemilihan kepala daerah tersebut, pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Banjar tak kalah andil dalam mendukung dan menyukseskan kampanye pilkada kepada masyarakat. KPU Kabupaten Banjar menetapkan tiga pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati setempat, yaitu pasangan Saidi Mansyur-Habib Idrus Al Habsyi dan Rusli-Fadhlan Asy'ari dari jalur partai politik, serta pasangan Andin Sofyanoor-Syarif Bustomi yang maju dari jalur independen atau perseorangan. Ketiga calon

bupati dan wakil bupati Kabupaten Banjar pada Pilkada 2020 tersebut bertitel Ulama dan Habib.

Salah satu calon pasangan, H. Rusli – KH. Fadhlan Asy'ari juga sudah mulai melakukan kampanye untuk menggait minat masyarakat, Pasangan nomor urut 3 ini diusung oleh 6 partai politik, serta dari beberapa partai non perlemen. Calon wakil bupati KH Muhammad Fadhlan Asy'ari merupakan seorang ulama banjar yang dikenal sebagai guru Fadhlan, sementara H Muhammad Rusli sendiri merupakan Mantan Ketua DPRD Kabupaten Banjar. Dengan latar belakang tersebut, pasangan nomer urut 3 ini sudah cukup dikenal masyarakat. Dengan menyongsong tagline "manuntung" yang merupakan singkatan dari (Mandiri, Santun dan Gotong Royong) tentunya menarik untuk mengetahui bagaimana strategi dan usaha calon pasangan nomer urut tiga ini dalam memenangkan pilkada Kabupaten Banjar tahun ini. Selain itu kita juga perlu mendengar bagaimana pandangan masyarakat terhadap pasangan calon bupati dan wakil bupati ini.

Tujuan penelitian yang akan dibahas di penelitian ini adalah untuk Mengetahui bagaimana strategi kampanye yang dilakukan pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati nomer urut 3 Kabupaten Banjar yaitu H. Rusli dan KH. Fadhlan Asy'ari untuk menarik suara rakyat daerah Kabupaten Banjar. serta untuk Mengetahui apakah Kampanye yang dilakukan oleh pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati nomer urut 3 Kabupaten Banjar yaitu H. Rusli dan KH. Fadhlan Asy'ari berhasil sampai ke masyarakat.

METODE

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yakni penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Lexy J. Moleong: 2012). Karena itu dasar analisis dan penarikan kesimpulan adalah kategori substansif dari makna atau interpretasi terhadap fenomena yang dikaji, sebab penelitian kualitatif hakikatnya bersifat interpretatif.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Metode penelitian deskriptif menurut (Sarman, 2004), adalah sebuah model penelitian yang berorientasi pada upaya menggambarkan adanya hubungan antar variabel atau faktor – faktor yang mempengaruhi munculnya suatu fenomena sosial yang dijadikan objek kajian. Penelitian deskriftif untuk mengeksplorasi makna – makna, beragam variasi, dan pemahaman perseptual yang menyebabkan munculnya fenomena yang diteliti dengan data primer berupa wawancara mendalam.

Dalam penelitian ini akan dipaparkan mengenai hasil penelitian yang dilakukan oleh tim peneliti. Pemaparan hasil penelitian dirangkum dalam 4 tema besar. Yang pertama adalah analisis strategi kampanye awal yang peneliti analisis dengan melihat langsung ke lapangan yang bertujuan untuk melihat lewat apa saja pasangan calon Rusli-Fadhlan ini berkampanye.

Yang kedua, peneliti memaparkan hasil penelitian terhadap tim sukses. Pada bagian ini, peneliti juga berusaha mengungkap bagaimana kegiatan pelaksanaan tim sukses dalam menyampaikan strategi pasangan calon Rusli-Fadhlan ke masyarakat luas.

Yang ketiga mengenai hasil penelitian terhadap pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati nomer urut 3 Kabupaten Banjar yaitu H. Rusli dan KH. Fadhlan Asy'ari. Pada bagian ini lebih Bagaimana strategi kampanye yang dilakukan pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati nomer urut 3 Kabupaten Banjar yaitu H. Rusli dan KH. Fadhlan Asy'ari untuk menarik suara rakyat daerah Kabupaten Banjar?

Keempat, yaitu mengenai hasil penelitian terhadap masyarakat, pada bagian ini akan mengungkapkan pendapat masyarakat Kabupaten Banjar terhadap Kampanye yang dilakukan oleh pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati nomer urut 3 Kabupaten Banjar yaitu H. Rusli dan KH. Fadhlan Asy'ari apakah berhasil sampai ke masyarakat? dan apapun mengenai pilkada 2020.
Yang terakhir yaitu dilakukannya uji perbedaan antara hasil strategi dari paslon dan timses dengan hasil wawancara ke masyarakat. Pada uji perbedaan ini akan mengungkapkan apakah strategi kampanye yang dilakukan oleh tim sukses pasangan calon Rusli-Fadhlan berhasil sampai ke masyarakat atau tidak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Awal Strategi Kampanye Pasangan Calon

 E-ISSN : 2686-178X

Dari hasil pengamatan peneliti sebelum mewawancarai tim sukses Rusli-Fadhlan, mereka menggunakan cara kampanye dengan menggunakan media cetak dan media online secara cukup masif. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya APK (Alat Peraga Kampanye) yang bertebaran dimana-mana dan hampir ada di seluruh wilayah di Kabupaten Banjar. APK ini mencakup pemasangan banner dan spanduk yang beberapa bahkan dimanfaatkan oleh beberapa pengusaha sebagai tambahan media promosi usahanya secara gratis dengan tambahan info mengenai pasangan calon Rusli-Fadhlan. Berikut adalah alat peraga kampanye/APK yang peneliti dapatkan untuk mengetahui media kampanye yang digunakan oleh pasangan calon Rusli-Fadhlan:

Gambar 1. Banner Rusli-Fadhlan di sebuah warung di Gambut Kab. Banjar

Gambar 2. Posko Induk Pemenangan Rusli-Fadhlan di Wisma Intan Syariah, Martapura Kota

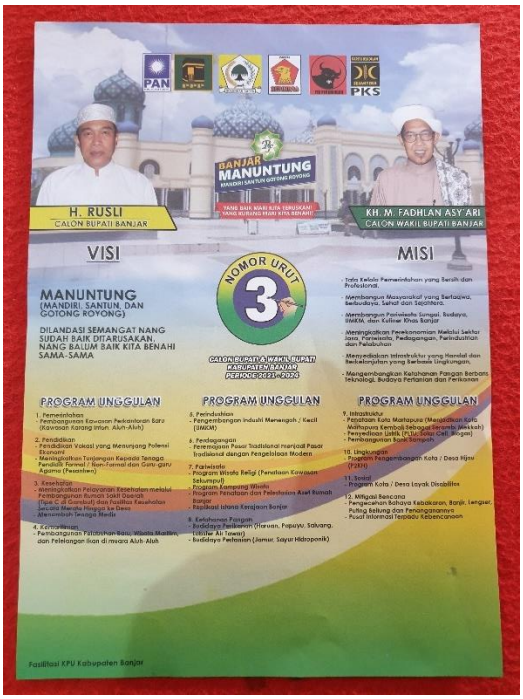
Gambar 3. Spanduk dari pasangan calon Rusli-Fadhlan di Kertak Hanyar, Kab. Banjar

Gambar 4. Spanduk dari pasangan calon Rusli-Fadhlan di Menteri Empat, Martapura Kota

Gambar 5. Spanduk dari paslon Rusli-Fadhlan yang digunakan sekaligus sebagai pengganti papan nama sebuah toko yang sudah lusuh

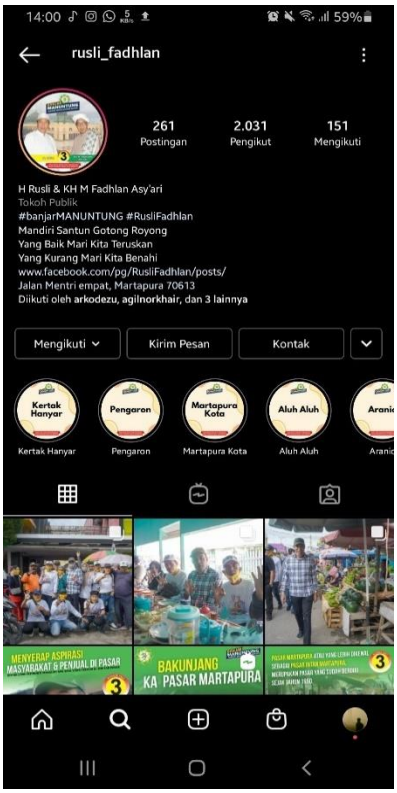
E-ISSN : 2686-178X

Gambar 6. Mobil Operasional milik pasangan calon Rusli-Fadhlan



Gambar 7. Brosur dari pasangan calon Rusli-Fadhlan

Selain melalui media offline, pasangan calon Rusli-Fadhlan juga melakukan kampanye melalui media sosial instagram dan facebook: Media kampanye online pasangan calon Rusli-Fadhlan di instagram dan facebook. Selain kampanye langsung, tim sukses Rusli-Fadhlan juga membentuk sebuah komunitas anak muda bernama "Millenial RF" yang bertujuan untuk mengumpulkan pemuda-pemuda di Kabupaten Banjar yang mana pemuda dianggap sebagai Agent of Change bagi Kabupaten Banjar. Millenial RF sendiri sudah mengadakan beberapa lomba seperti Lomba Madihin, Lomba Orasi, dan Diskusi Pemuda & Mahasiswa bersama H. Rusli. Menurut peneliti ini secara tidak langsung juga turut membantu promosi dari paslon ini.



Gambar 8. Akun Instagram milik pasangan calon Rusli-Fadhlan

Gambar 9. Akun Facebook milik pasangan calon Rusli-Fadhlan

B. Hasil Penelitian Terhadap Tim Sukses

Menurut Tim sukses masyarakat sangat antusias dengan kampanye dari pasangan H. Rusli dan KH. M Fadhlan bahkan melebihi jumlah yang di tentukan, selama kampanye panitia menyiapkan tempat untuk berkumpulnya Paslon dan masyarakat, tandon air untuk cuci tangan, serta menyuruh masyarakat untuk jaga jarak waktu di lokasi, dan membagikan masker.

Pasangan ini memiliki Slogan "Manuntung" yang artinya pasangan ini mandiri berdiri sendiri tanpa bantuan dari perusahan, Santun karena keuangan dari pasangan ini yang sudah banyak sehingga tidak perlu modal dari orang lain, dan Gotong Royong atau kerja bakti sesama masyarkat yang bersimpati dan para habib atau ulama untuk membangun kesejahtera.an. Tim sukses mengatakan pasangan ini ingin menghabiskan umurnya untuk membangun Kabupaten Banjar supaya lebih baik.

Pilkada yang semakin dekat membuat persaingan yang cukup ketat sehingga setiap calon pasti mempersiapkan secara maksimal seperti persiapan yang dilakukan oleh pasangan H. Rusli dan KH. M. Fadhlan yaitu support dukungan dari partai politik yang mengusung yang kalkulasinya mencapai 50 %, membangun sinergi antar element pendukung yang mengusung partai seperti relawan dan masyarakat, dan membangun komunikasi yang baik antar tokoh masyarakat, alim ulama para habib dan partai pengusung. Sedangkan untuk pemilihan dari ketua tim sukses hasil dari musyawarah mufakat untuk menunjuk siapa yang mampu dalam memimpin dan mengendalikan kemenangan terhadap paslon.

Filosofi dari "Manuntung" bekerja sampai tuntung dalam pemerintahan agar problem permasalahan yang terjadi di masyarakat dapat diselesaikan pasangan ini selama menjabat. Mandiri, santun, dan gotong royong di maknai bagaimana pemerintah berdaulat, mandiri, mengatur masyarakat tanpa interprensi dan intimidasi dari pihak manapun. Mandiri agar masyarakat Kabupaten Banjar mandiri secara ekonomi dan membuka jalan disekitar masyarakat. Santun agar masyarakat Kabupaten Banjar menjadi religious dan agamis, serta persoalan etika dan perilaku kehidupan masyrakat. Di pemerintahanya sendiri agar melayani masyarakat dengan santun dan mengedepankan etika. Gotong Royong di artikan sebagai kerjasama antara pemimpin daerah dan masyarakat agar saling bersinergi membangun daerah.

Dalam pengenalan Pasangan calon tim sukses mengikuti aturan yang di disepakati pada TKPU dalam melakukan kampanye mengingat situasi pandemi. Dari pasangan ini melakukan kampanye secara langsung namun ada pembatasan jumlah peserta yaitu 50 orang, tapi karena antusias masyarakat sehingga melebihi jumlah 50 orang dari panitia sendiri tidak mungkin mengusir karena tidak etis. Tapi dari panitia berusaha semaksimal mungkin mengupayakan protokol kesehatan dengan membagi masker, menyiapkan tandon air untuk cuci tangan, dan menjaga jarak. Selain kampanye secara langsung paslon ini mengkampanyekan melalui media sosial. Cara ini termasuk strategi karena masyarakat banyak menggunakan media online, walaupun dalam konteks politik jarang di perhatikan tapi dari paslon ini ingin agar informasi dapat tersampaikan ke semua kalangan yang menggunakan media sosial terutama untuk kelompok milenial.

Tapi sayang masyarakat kurang paham terhadap politik, bahwa media yang digunakan dalam membangun komunikasi masih kurang tapi untuk sebagian wilayah perkotaan memiliki respon yang baik tapi hampir setengah dari 20 kecamatan yang ada tidak mengakses karena kurang memahami persoalan politik, sehingga kita tim sukses lebih memberikan informasi di pinggiran kota agar informasi yang di sampaikan melalui media sosial tersampaikan.

Tim sukses sendiri dalam mengkampanyekan pasangan calon kemasyarakat dengan 2 strategi pertempuran yaitu serangan di udara dan di darat. Pertarungan di udara di maksimalkan dengan media sosial walupun tidak seberapa di masyarakat tapi untuk mempengaruhi kaum milenial cukup baik untuk membuat image dan membangun branding pasangan calon melalui media sosial serta mengutamakan konteks konvensional. Pertarungan di darat untuk mendekatkan pasangan calon ke masyarakat dengan kampanye langsung, membangun rumah pemenangan di setiap desa dengan harapan semakin mendekatkan calon dengan masyarakat, dan tim lebih mudah memaksimalkan usaha mereka dengan adanya rumah pemenangan setiap desa. Terakhir ikhtiar semoga H. Rusli dan KH. M Fadhlan di takdirkan menjadi Bupati dan menyiapkan rumah aspirasi untuk menjadi tempat

penampungan persoalanyang terjadi di masyarakat seperti pembangunan infrastruktur dan yang lainya kemudian di salurkan ke pasanganan nantinya.

Dalam mengkampanyekan tergantung laporan dari relawan yang ada disetiap desanya namun masih tetap satu komando. Apabila di daerah tersebut lebih dominan di pertanian, perkebunan, dan perikanan maka bagaimana pasangan calon menjawab permasalahan yang terjadi di masyarakat. Semua yang di lakukan melewati tahap analisis terlebih dahulu serta ada faktor pendukung dan ada faktor penghambat. Faktor pendukung dari pasangan calon yaitu banyaknya dukungan masyarakat terutama partai politik karena termasuk dalam koalisi gemuk semoga bisa bergerak secara maksimal. Dan pasangan calon yang familiar dikenal masyarakat dengan ketokohanya yang pernah mencabat ketua DPRD 2 periode. Mengenal situasi dan kondisi masyarakat serta memiliki solusi yang di perlukan masyarakat. Ditambah pasangan calon dari tokoh ulama yang memiliki pemahaman keagaman yang kuat dan menyelesaikan permasalahan di bidang agama karena sebagai kota serambi Mekkah yang harus di pertahankan dan terus mengeksplor ini dalam membangun Kabupaten Banjar. Faktor penghambatnya karena di dukung partai gemuk bisa menjadi permasalahan yang menimbulkan perbedaan dan hal ini bisa membuat untuk sulit bergerak, tetapi tidak terlalu banyak.

Struktur dari pasangan calon ada ketua, wakil ketua, sekretaris, bendahara, dan di bawahnya divisi-divisi. Tim dari setiap divisi memiliki time line menuju 9 Desember 2020 tinggal bagaimana memfollow-up program-program yang di buat oleh pasangan calon. Ketua memutuskan apa saja yang di lakukan terlebih dahulu dan bagaimana setiap divisi membangun branding tentang pasangan calon agar di kenal masyarakat, bagaimana merekrut sumber daya aksi dan menjaga agar data tetap aman.

Dari tim sukses menyatakan yakin 100% menang karena keyakinan itu sebagian dari kemenangan untuk membangun optimis untuk bergerak, bergairah dan semangat di pilkada 2020. Bagaimana tim sukses membranding image pasangan calon ke masyarakat supaya lebih kuat. Dengan melakukan upaya pendekatan preasure kemasyarakat secara langsung datang ke desa berkunjung dan silaturahmi memperkenalkan sosok pasangan calon, memberitahukan visi misi dan program kerja yang kemudian akan menjadi Bupati. Walaupun dengan waktu yang terbatas tidak maksimal 100% desa bisa di kunjungi tapi ada tim yang turun langsung itu yang membuat image ke masyarakat terbangun terhadap pasangan calon ini.

Mengenai tanggapan tim sukses terhadap millenial yang tidak melek politik bahwa mereka berbeda dengan dunia kita, mereka lebih asik dengan apa yang mereka kerjakan. Dalam konteks masyarakat Banjar terkenal dengan masyarakat pedagang yang kalkulasinya selalu hitung-hitungan untung dan rugi kesadaran berpolitik masih belum terbangun sadar dari mereka. Tim sukses juga merekrut kader muda dan kelompok millenial untuk bersama-sama aktif di dala kegiatan partai. Ada organisasi kepemudaan, organisasi LAWSM tapi masih kurang terutama di masyarakat Kabupaten Banjar yang melek politik karena asik sendiri, kehidupan yang hedonisme sehingga belum terbangun kesadaran. Bahwa seharusnya sebagai generasi muda jangan jadi generasi yang putus dari menjadi cita-cita ayah dan ibu, jangan jadi generasi yang tidak peduli dengan kondisi bangsa, sosial dan kemasyarakat, mudahan generasi muda bisa terlibat dalam upaya pembangunan daerah.

Masyarakat sendiri pasti ada pro dan kontra terhadap pasangan tapi tujuan dari berkampanye untuk mensosialisasikan tentang sosok H.Rusli dan KH. M. Fadhlan, visi misi, serta program kerja. Walaupun tidak mendapat respon yang di inginkan yang jelas dari tim sukses sudah berusaha dan berikhtiar meyakinkan masyarakat. Tapi kalau masyarakat lebih tertarik dengan pasangan calon yang lain kita tim sukses tidak bisa memaksakan yang penting sudah berusaha semaksimal melakukan pendekatan dan membangun image terhadap masyarakat.

Untuk strategi dalam melawan pasangan calon lain pasti ada tapi itu sifatnya di rahasiakan dan tidak di publish. Secara umun mendekaatkan masyarakat secara langsung dengan silaturahmi dan memahami masyarakat harapanya mendekatkan pasangan calon. Dalam teoritis psikologi massa banyak tidak menjamin suara yang di hasilkan banyak. Karena pasangan calon ini sudah di kenal masyarakat tim sukses harus membangun optimis untuk memberikan semangat untuk memenangkan pilkada dan membuka jalan untuk bekerja maksimal.

Sistem pemerintahan yang akan di jalankan oleh pasangan calon ketika mejadi Bupati yaitu merangkul teman-teman DPRD untuk meluruskan jalan untuk kebijakan pembanguan Kabupaten Banjar. Tapi tidak langsung terjadi harus melalui struktur DPRT yang hampir 50 % bergabung dalam partai koalisi. Dan menjalakan program yang sudah di niatkan, menampung aspirasi masyarakat dan menjalankanya aspirasi masyarakat sesuai slogan "Manuntung" yang artinya harus tuntung (selesai). Mengenai 12 program pasangan calon dibuat dari pengalaman paslon di DPRD sebagai ketua dalam menghadapi permasalahan yang terjadi di masyarakat dan kebutuhan apa yang diperlukan masyarakat agar bisa di jadikan program paslon untuk di jadikan program unggulan. Untuk kampanyenya sendiri untuk wilayah kecamatan sudah di datangi sedangkan untuk di desaanya baru setengah untuk persentasi nya sekitar 60 %.

Dalam politik pasangan calon harus di usung oleh beberapa partai politik sehingga membuat pasangan calon bergabung dengan partai-partai yang siap mendukung pasangan calon dan lewat jalur independen. Walaupun hal ini bisa membuat tidak stabil tapi tidak bisa memaksakan kehendak yang penting sudah berjuang dengan maksimal dan peneliti yakin partai pendukung kuat. Untuk nomer urut pasangan calon 3 itu sudah mekanisme pengundian secara umum angka tiga tidak ada makna tapi lebih kepada penyempurnaan.

C. Hasil Penelitian Terhadap Opini Masyarakat

Peneliti melakukan penelitian dengan cara melakukan wawancara pada 10 responden acak yang tersebar di beberapa kecamatan di Kabubaten Banjar (di sini berasal dari Kertak Hanyar, Ganbut, Martapura Kota, Sungai Tabuk, Astambul, Mataraman dan Pengaron). Responden dipilih secara acara mulai dari kalangan mahasiswa, pedagang hingga masyarakat umum. Pertanyaan yang ditanyakan ke setiap responden memiliki perbedaan satu sama lain dikarenakan menyesuaikan respon dari narasumber. Namun secara garis besar peneliti memberi pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah anda sudah mengetahui pasangan calon untuk pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Banjar?
2. Apakah anda mengetahui pasangan calon nomor urut 3, H. Rusli dan K.H.M. Fadhlan Asy'ari?
3. Darimana anda mengetahui tentang pasangan calon nomor urut 3, H. Rusli dan K.H.M. Fadhlan Asy'ari?
4. Apa opini anda mengenai pasangan calon nomor urut 3, H. Rusli dan K.H.M. Fadhlan Asy'ari?
5. (Ditanyakan ke responden 4 dan 5) Sepengetahuan anda, bagaimana strategi kampanye yang sudah dilakukan oleh pasangan calon nomor urut 3, H. Rusli dan K.H.M. Fadhlan Asy'ari?

Dikarenakan ada beberapa responden yang menjawab keluar konteks, maka 10 hasil wawancara akan peneliti uraikan di bawah:

• Wawancara 1

Responden yang tidak diketahui namanya ini sama sekali tidak tahu mengenai pasangan RF, karena lebih sibuk dengan pekerjaannya berjualan di pasar. Namun responden yang berasal dari Kertak Hanyar, Kabupaten Banjar ini memiliki harapan besar kepada siapapun nanti yang menjadi pemimpin untuk memperbaiki penerangan jalan dan memperbaiki jalanan yang rusak di Kabupaten Banjar. Ia tetap mengikuti dan tau dengan adanya pilkada tapi karena kesibukan membuat tidak tau siapa saja yang mencalonkan, bahkan tidak tau ingin memilih siapa karena tidak ada sosialisasi yang di lakukan pasangan calon terhadap pedagang yang ada di pasar. Kita hanya tahu mobil-mobil yang ada sticker gambar pasangan calon tapi itu hanya lewat-lewat saja.

• Wawancara 2

Pak Ibrahim yang berasal dari Kertak Hanyar, Kabupaten Banjar ini mengaku hanya mengetahui pasangan calon hanya dari gambar yang ada di APK berupa spanduk karena tidak tau mengenai politik bahkan belum pernah ketemu oleh pasangan calon. Akan tetapi ia memiliki harapan terhadap pasangan calon mengenai lebih di perhatikan kebersihan lingkungan dan perbaikan jalan yang rusak, dan siap mengikuti pilkada dengan mematuhi protokol kesehatan, bahkan tidak ada kampanye dari pasangan calon masyarakat hanya sekedar tau dan akan diadakan pilkada.

(Sekedar tambahan informasi, dari hasil pengamatan peneliti, pasangan RF baru berkampanye langsung ke Pasar Ahad, Kertak Hanyar pada tanggal 22 November 2020 pagi

dan info ini peneliti dapatkan melalui media sosial instagram @rusli_fadhlan. Sedangkan wawancara ini dilakukan pada tanggal 11 November 2020).

• Wawancara 3

Responden yang berasal dari Gambut, Kabupaten Banjar ini saat diwawancarai mengenai pengetahuan dirinya tentang pasangan calon RF mengaku tidak tahu karena sibuk bekerja namun tetap mendukung adanya pilkada di musim pandemi dengan mematuhi protokol kesehatan. Namun masyarakat tidak mengetahui tentang pasangan calon yang akan mencalonkan hanya tahu dari brosul yang di bagikan oleh ketua RT dan memilih calon sesuai dengan hati.

• Wawancara 4

Said yang merupakan warga Kampung Jawa, Martapura Kota ini mengakui bahwa untuk pasangan RF ini untuk kampanyenya cukup lumayan, dimana mereka melakukan strategi kampanye door-to-door ke masyarakat. Hanya saja beliau lebih fokus ke perkumpulan masyarakat dengan sistem membangun posko-posko. Dengan adanya posko-posko tersebut ia mengakui kalau pasangan Rusli-Fadhlan akan lebih luwes untuk berkampanye jika akan datang ke tempat tertentu jika dibandingan dengan pasangan calon lain. Terkhusus ke Guru Fadhlan (Calon Wakil Bupati) beliau berkampanye dengan sistem yang berbeda dari ulama-ulama lain di mana para ulama umumnya berkampanye melalui majelis, sedangkan beliau berkampanye melalui media sehingga pasangan calon ini lumayan cocok strategi kampanyenya.

Perihal apakah sampai ke masyarakat atau tidak, Said mengatakan bahwa jika di daerah Martapura Kota hampir semuanya mengetahui tentang pasangan calon RF ini, di mana kampanye di daerah Kota Martapura sendiri bisa dibilang tergolong sangat masif kampanyenya. Ini dibuktikan dengan banyaknya alat peraga kampanye yang terpasang di segala sudut Kota Martapura.

• Wawancara 5

Rahman, merupakan salah satu mahasiswa asal Kota Martapura yang merantau ke Yogyakarta mengakui tidak tahu menahu soal siapa saja pasangan calon bupati dan wakil bupati banjar periode 2021-2024 ini. Dia baru mengetahui setelah diberitahukan temannya. Mengenai pasangan RF Rahman mengaku lebih mengetahui tentang pasangan calon ini daripada pasangan calon lainnya karena faktor lingkungan sosialnya yang banyak bercebur ke ranah pasangan calon RF. Menurutnya apa yang dilakukan pasangan calon ini selama kampanye cukup menarik karena menggandeng kaum millenial yang secara tidak langsung juga membantu proses kampanye dari pasangan RF ini.

• Wawancara 6

Responden ini merupakan seorang warga asal Astambul, Kabupaten Banjar. Ia mengakui bahwa dia mengetahui semua pasangan calon yang akan bersaing merebutkan kursi panas bupati dan wakil bupati Kabupaten Banjar. Namun ia tidak mempedulikan siapapun yang akan memenangkan pilkada ini karena dia merasa tidak akan bersentuhan langsung kepada pemerintahan, setidaknya hingga 5 tahun kemudian. Saat ditanyakan mengenai bagaimana strategi kampanye pasangan RF ini, dia merasa sudah cukup bagus, tapi tidak semasif pasangan calon nomor urut 1.

• Wawancara 7

Responden yang berasal dari Pengaron, Kabupaten Banjar ini mengakui sangat antusias terhadap pilkada kali ini. Menurutnya pilkada ini sangat penting untuk dilaksanakan mengingat dalam 5 tahun terakhir tidak ada kemajuan yang berarti untuk daerah tempat tinggalnya. Perihal kampanye dari pasangan calon RF, ia hanya sebatas mengetahui melalui APK (alat peraga kampanye) baik secara fisik maupun melalui media sosialnya. Namun selama proses wawancara berlangsung, ia terkesan membanding-bandingkan pasangan calon yang satu dengan lainnya sehingga tidak peneliti bahas lebih lanjut.

• Wawancara 8

Wandi yang merupakan warga asal Sungai Paring, Martapura Kota mengaku awalnya kurang tahu siapa saja pasangan calon bupati dan wakil bupati banjar ini, namun semakin kesini semakin ia semakin tahu. Perihal soal strategi kampanye dari pasangan calon, ia memilih untuk menunggu siapa yang akan bermain “Money Politic” di mana yang memberikan dia lebih maka dia akan memilih paslon itu. Saat ditanya mengapa tidak memilih sesuai keyakinan hati, ia menjawab karena ia tidak terlalu peduli siapa yang akan terpilih

menjadi bupati dan wakil bupati Banjar. Saat ditanya sejak kapan ia mau melakukan hal ini, menurutnya ia sudah melakukannya sejak pemilu-pemilu sebelumnya.

• Wawancara 9

Responden asal Sungai Tabuk, Kabupaten Banjar ini mengaku tidak mengetahui soal pasangan RF, tapi dia mengetahui pasangan calon lain yang bernomor urut 1. Ia mengakui cukup sering melihat APK milik pasangan calon RF ini, tetapi karena pasangan calon 01 pernah datang berkampanye di sana jadi ia lebih mengetahui tentang pasangan calon 01 daripada pasangan calon lain.

• Wawancara 10

Fenny yang merupakan warga asal Mataraman, Kabupaten Banjar ini mengaku hanya tahu pasangan calon bupati dan wakil bupati Kabupaten Banjar hanya dari APK yang berterbaran di sepanjang jalan yang ia lalui untuk pergi ke Banjarbaru setiap harinya. Saat ditanya lebih mendetail mengenai pasangan calon bupati dan wakil bupati Kabupaten Banjar ia mengaku tidak terlalu mendalami profil dari masing-masing pasangan calon.

D. Hasil Uji Perbedaan

Berdasarkan hasil analisis sistem kampanye, wawancara terhadap tim sukses, pasangan calon, dan masyarakat Kabupaten Banjar, terdapat perbedaan yang terjadi di masyarakat. Perbedaan signifikan terdapat pada respon masyarakat ketika ingin di wawancarai mengenai kampanye yang dilakukan oleh pasangan calon nomor urut 3 ini. Fakta dilapangan ditemukan bahwa sebagian besar masyarakat Kabupaten Banjar tidak terlalu mengetahui siapa saja bakal calon pemimpin daerah mereka. Hal itu menunjukkan bahwa tidak adanya pemerataan wilayah berkampanye yang dilakukan oleh pasangan calon nomor urut 3 ini. Selain itu, mereka juga berpendapat akan memilih salah satu calon jika calon tersebut memberinya imbalan berupa uang, dan masih banyak lagi alasan lainnya.

Setelah peneliti telaah, walaupun pasangan RF berkampanye ke seluruh kecamatan di Kabupaten Banjar, namun masih banyak bagian masyarakat yang tidak terjangkau oleh kampanye dari pasangan RF sendiri sehingga bisa dibilang kampanyenya tidak merata ke seluruh pelosok. Justru di daerah Kota Martapura hampir seluruh masyarakat mengetahui tentang pasangan calon bupati dan wakil bupati Kabupaten Banjar karena kampanye dengan menggiunakan Alat Peraga Kampanye/APK cukup masif.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara terhadap masyarakat, pasangan calon bupati, dan tim sukses. Maka dapat disimpulkan bahwa masyarakat Kabupaten Banjar merupakan masyarakat yang kurang memiliki budaya politik. Hal ini disebabkan karena masyarakat di Kabupaten Banjar banyak yang menolak wawancara dan tidak peduli terhadap negara dan daerahnya untuk mengubah supaya menjadi lebih baik. Hal ini ditunjukkan oleh mereka yang ditanya mengenai pasangan calon bupati dan wakil bupati H. Rusli dan KH. Fadhlan akan tetapi jawabanya selalu tidak tahu dan bahkan menjadi tidak jelas. Dan setelah dilakukan observasi lebih mendalam masyarakat Kabupaten Banjar cenderung akan memilih calon yang memberi mereka imbalan atau hibah berupa uang. Sehingga bisa dikatakan sebagian dari partisipasi masyarakat Kabupaten Banjar tahun 2020 belum sepenuhnya disadari oleh kesadaran murni.

Selain itu juga terdapat fakta dilapangan yang baik dan patut dicontoh atau ditiru yaitu ketika mewawancarai tim sukses calon bupati dan wakil bupati H. Rusli dan KH. Fadhlan Asy'ari ditanya mengenai imbalan, dan mereka menjawab bahwa tidak mendapatkan imbalan dan mereka melakukannya secara suka rela. Mereka melakukannya karena melihat pasangan calon nomor urut 3 ini yang juga berdiri diatas kaki sendiri tanpa minta dukungan dari sponsor manapun, tidak ada bantuan-bantuan dari pihak lain dan bebas. Bisa dikatakan bahwa tim sukses tergerak karena kedewasaan pasangan calon tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dapat kita lihat bahwa perancangan strategis kampanye berbasis kekuatan yang dilakukan oleh pasangan calon nomor urut 3 H. Rusli dan KH. Fadhlan Asy'ari yaitu menggunakan atau memanfaatkan pembangunan atau pendekatan secara langsung kepada masyarakat karena masyarakat sebagai pemilih dan penentu. Oleh sebab itu mereka lebih fokus bermusyawarah dan bersilaturahmi dengan masyarakat. Kemudian membangun rumah pemenangan disetiap desa dengan harapan untuk lebih dekat dengan masyarakat dan mendekatkan

pasangan calon ke masyarakat. Tujuan nya yaitu untuk menyentuh hati masyarakat dengan paslon yang turun langsung dan disitu mereka dirikanlah rumah kemenangan itu.

Dan untuk pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati nomor urut 3 Kabupaten Banjar yaitu H. Rusli dan KH. Fadhlan Asy'ari untuk strategi kampanye yang mereka lakukan bisa dibilang kurang maksimal. Hal ini terbukti dari hasil wawancara ke masyarakat dan wawancara ke pasangan calon memiliki perbedaan. Bisa dilihat salah satu strategi mereka yang mengkampanyekan 50 orang setiap pertemuan tatap muka dan menurut penjelasan mereka masyarakat terlihat antusias walaupun keadaan tidak mendukung (COVID-19). Akan menurut hasil wawancara peneliti kemasyarakat tidak ditemukannya antusias, yang ada mereka menghindari pertanyaan seputar pasangan calon nomor urut 3 kemudian ada juga masalah mereka yang berkampanye melalui media sosial kemudian respon masyarakat tidak terlihat begitu signifikan, artinya mereka tidak telalu melek tehadap politik dalam konteks bagaimana media ini bisa digunakan sebagai saluran untuk membangun komunikasi itu masih kurang di Kabupaten Banjar.

Tetapi wilayah-wilayah perkotaan kemudian pinggiran-pinggiran itu responnya bagus. 20 kecamatan mungkin hampir separuh lebih yang tidak mengakses, mereka mengakses internet mungkin persoalan-persoalan politik mereka tidak terlalu mengikuti perkembangan politik. Ini aksesnya lebih kepada masyarakat perkotaan dan pinggiran kota yang sedikit bisa memahami atau yang merespon apa yang kita sampaikan melawati media-media sosial. Jadi bisa dikatakan kampanya media sosial untuk target Kabupaten Banjar dikatakan tidak tersampaikan, karena saluran untuk membangun komunikasi nya kurang. Mereka mempunyai strategi tersembunyi dimana strategi tersebut tidak dipublikasikan. Entah strategi tersembunyi/bawah tanah itu bisa merubah pandangan masyarakat Kabupaten Banjar terhadap pasangan calon nomor urut 3 H. Rusli dan KH. Fadhlan Asy'ari.

PENUTUP

Kesimpulan

Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) merupakan suatu hal yang penting dilakukan sebagai bentuk nyata dari menjalankan Demokrasi dan juga sebagai bentuk aktif masyarakat untuk membangun bangsa sesuai dengan harapan semua warga negara Indonesia. Dalam pelaksanaan Pilkada di tahun 2020 ini terdapat perbedaan yang terjadi dengan pelaksanaan Pilkada sebelumnya, yaitu kendala situasi pandemi Covid 19 yang terjadi. Hal ini membuat banyak sekali penyesuaian dan juga bahkan pertentangan yang dihadapi. Karena tantangan yang akan dihadapi untuk penyelenggaraan pilkada dengan langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil juga tidaklah mudah. Begitu pula dengan Pilkada yang akan dilaksanakan di Martapura, Kabupaten Banjar. Dimana pemilih tentunya diberikan kebebasan untuk menentukan pilihan untuk memimpin daerahnya meskipun sistem pilkada di masa pandemi ini dilakukan.

Seperti yang sudah kita ketahui bersama bahwa pasukan pasangan calon bupati dan wakil bupati Kabupaten Banjar nomor urut 3, H. Rusli dan K.H.M. Fadhlan Asy'ari bisa dibilang cukup masif dalam kampanyenya, tetapi kurang menjangkau sampai benar-benar ke pelosok di mana masyarakat daerah pinggiran pun banyak yang tidak mengetahui mengenai siapa saja pasangan calon bupati dan wakil bupati Kabupaten Banjar. Jadi bisa dibilang kampanye mereka walau masif tapi belum benar-benar efektif.

Jika kita ingin melihat keterkaitan dengan teori, maka Teori Empati dan Teori Homofili adalah teori yang pas apabila kita ingin melihat pasangan calon H. Rusli dan KH. M. Fadhlan Asy'ari ini karena mereka memanfaatkan kesamaan masalah dengan masyarakat dan mereka mampu menyesuaikan diri dengan situasi dan kondisi yang ada di Kabupaten Banjar dan ini tercermin dalam visi dan misi pasangan calon ini serta ada di slogannya, yakni "BANJAR MANUNTUNG"..

REFERENSI

Anonim. 2020. Pilkada Adalah. https://seputarilmu.com/2020/10/pilkada-adalah.html . Diakses pada 20 April 2022

Ari, Dwi Nugrahani. 2013. Strategi Komunikasi Politik Partai Amanat Nasional (PAN)Dalam Memenangkan Pemilihan Umum Kepala Daerah Dan Wakil Kepala Daerah Kabupaten Gunungkidul Tahun 2010. Universitas Negeri Yogyakarta.

Indrananto, C. (2012). Pemimpin Daerah Sebagai Agen (Dramaturgi Dalam Komunikasi

 E-ISSN : 2686-178X

Politik Walikota Solo Joko Widodo). Depok: Universitas Indonesia.

Juariyah. 2017. DRAMATURGI GOFFMAN DALAM KEHIDUPAN POLITIK DAN PENJARA. Universitas Muhammadiyah Jember.

Kaloh, J. (2007). Mencari bentuk otonomi daerah: suatu solusi dalam menjawab kebutuhan lokal dan tantangan global. Rineka Cipta.

Komunikasi Politik UMJ Rimbo Bugis. 2016. Teori-teori Komunikasi Politik. www.facebook.com/509215915920520/posts/teori-teori-komunikasi-politik1-teori-jarum-suntik-hypodermic-needle-theoryteori/551196751722436/ . Diakses pada 16 April 2022

Lee Kaid, L. (2015). Handbook Penelitian Komunikasi Politik. Bandung: Nusa Media (Terjemahan).

Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). Teori Komunikasi, Theory of Human Communication. Saiemba Humanika. Jakarta.

Muthahhari, M. R. (2020). Jaringan Komunikasi Politik yang Dipilih Kepala Daerah dalam Proses Perumusan RAPBD Kota Banjarbaru Tahun 2019. ETTISAL: Journal of Communication, 5(1).

on regional competitiveness. Bisnis & Birokrasi Journal, 18(1).

Prihantika, I., & Hardjosukarto, S. (2012). The causal map of the mayor's policies

Sarman, Mukhtar. 2004. Pengantar Metodologi Penelitian Sosial. Pustaka FISIP Universitas Lambung Mangkurat. Banjarmasin.

Uni, Saadah. 2019. Penggunaan Instagram Sebagai Media Kampanye Dalam Melakukan Strategi Komunikasi Politik Dari Pasangan Prabowo Subianto Dan Sandiaga Uno. UIN Raden Fatah Palembang