

Persepsi Masyarakat Terhadap Kampanye Politik Pasangan Anwar-Rudi dalam Pilkada Tahun 2020 di Kabupaten Pesisir Selatan

Lisna Waty Ritonga, Suryanef, Nurman S, Susi Fitria Dewi,
Prodi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan
FIS Universitas Negeri Padang

Co-Author: **Suryanef**
E-mail: suryanef@fis.unp.ac.id

ABSTRAK

Artikel ini bertujuan untuk mengungkapkan persepsi masyarakat terhadap kampanye politik pasangan Anwar-Rudi dalam pemilihan kepala daerah. Kampanye merupakan fenomena yang biasanya dipertontonkan oleh masing-masing pasangan calon partai politik terutama pada masa kampanye untuk mendapatkan dukungan atau suara. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif. Sampel penelitian berjumlah 95 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik analisis data menggunakan persentase normal. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap kampanye politik pasangan Anwar-Rudi dalam pemilihan kepala daerah tahun 2020 di Kabupaten Pesisir Selatan menuai persepsi yang cukup baik dengan memiliki persentase 68%.

Kata Kunci : persepsi politik, kampanye politik, Pilkada 2020

ABSTRACT

This article aims to reveal the public's perception of the political campaign of the Anwar-Rudi pair in the regional head election. Campaign is a phenomenon that is usually exhibited by each pair of political party candidates, especially during the campaign period to get support or votes. This type of research uses quantitative descriptive research. The research sample was 95 people. Data collection techniques using questionnaires and data analysis techniques using normal percentages. The results of this study indicate that the public's perception of the political campaign of the Anwar-Rudi pair in the 2020 regional head elections in Pesisir Selatan District reaps a fairly good perception with a percentage of 68%..

Keywords: political perception, political campaign, Local election of 2020



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License. ©2022 by author.

PENDAHULUAN

Pemilihan kepala daerah atau pilkada merupakan sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat di daerah. Pilkada dilakukan secara langsung oleh masyarakat administratif setempat yang memenuhi syarat. Pilkada dilakukan sekaligus dengan wakil kepala daerah (Agustina: 2017). Pilkada tahun 2020 berbeda dengan pilkada sebelumnya. Pilkada tahun 2020 dalam persiapannya terganggu karena Pandemi Covid-19, sehingga yang pada awalnya pemungutan suara dalam pilkada tahun 2020 dijadwalkan tanggal 23 September ditunda dan dijadwalkan kembali pada tanggal 9 Desember 2020. Pemilihan kepala daerah khususnya di Pesisir Selatan diwarnai oleh kondisi pandemi yang penuh dengan keterbatasan. Kemudian dalam pelaksanaan kampanye harus memperhatikan regulasi Komisi Pemilihan Umum.

Komisi Pemilihan Umum atau KPU, membuat aturan kepada masing-masing pasangan calon untuk melakukan kegiatan politik sesuai dengan standar operasional. Aturan tersebut dimuat pada Peraturan KPU Nomor 13 tahun 2020 tentang pelaksanaan pemilihan Gubernur, Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, Walikota dan Wakil Walikota serentak dalam lanjutan dalam kondisi pandemi Covid-19. Kegiatan-kegiatan yang diatur dalam pasal 57 huruf (g) yakni rapat umum, kegiatan kebudayaan seperti pentas seni, panen raya, atau konser musik, kegiatan olahraga berupa gerak jalan santai atau sepeda santai. Serta kegiatan-kegiatan yang memicu terjadinya kerumunan *massa* dilarang untuk dilaksanakan pada pemilihan daerah tahun 2020. Adanya Pandemi Covid-19 telah mengganggu metode kampanye konvensional yang biasa digunakan para pasangan calon partai politik dan tim pemenang dalam berkampanye. Pelaksanaan kampanye merupakan aspek yang sangat penting dalam pemilihan pilkada. Hal tersebut dikarenakan kampanye politik merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan dukungan dan hak pilih dari masyarakat.

Dalam berkampanye tentu pasti menarik simpati masyarakat dengan mengkomunikasikan ideologi atau program kerja yang ditawarkan kepada kelompok massa untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat, yakni dengan memperhatikan hal-hal struktural berpolitik seperti pesan kampanye, metode kampanye serta strategi kampanye yang digunakan. Berkenaan dengan pelaksanaan kampanye terdapat keberagaman persepsi masyarakat pemilih khususnya terhadap pasangan calon Anwar-Rudi. Data awal menunjukkan berbagai keberagaman persepsi terhadap kampanye politik yang dilakukan. Dimana, masyarakat memandang kampanye politik sebagai ajang manuver politik untuk menarik sebanyak mungkin pemilih dalam pemilihan kepala daerah untuk meraih kekuasaan. Kampanye politik hanya dipandang sebagai suatu proses

interaksi intensif dari partai politik kepada publik dalam kurun waktu tertentu menjelang pemilihan kepala daerah. Selanjutnya kampanye politik hanya untuk memaparkan program-program kerja dan mempengaruhi opini publik.

Adapun Tujuan kampanye politik yang pertama adalah, melakukan persuasi pihak lainnya atau target untuk menerima, memodifikasi, menolak ide-ide, sikap-sikap, tindakan-tindakan praktis, dan perilaku tertentu. Kedua, sebagai upaya propaganda terhadap pemberi suara potensial, dan perilaku tertentu. Ketiga, menciptakan efek tertentu pada sejumlah khalayak. Keempat, mempengaruhi khalayak sasaran yang telah di tetapkan. Dalam kampanye dapat digunakan berbagai strategi kampanye politik, diantaranya analisa peta politik, penentuan target suara, pembentukan tim kampanye, perumusan strategi kampanye, aspek jejaring, pengorganisasian kampanye, dan pengawasan perolehan suara (Wahid : 2016).

Shambodo (2020) mengatakan bahwa persepsi merupakan suatu proses stimuli melalui panca indera, mengolah stimuli, dan menginterpretasikannya menjadi informasi dan memberikan penilaian atas faktor-faktor yang terkait dengan suatu objek yang terjadi dalam pengamatan seseorang. Terdapat tiga aspek persepsi yaitu: *Pertama*, rangsangan, harus sesuai dengan modalitas tiap-tiap indra yakni sifat senioritas dari masing-masing indera (cahaya untuk penglihatan, bau untuk penciuman, suhu untuk perasa) dan sifat permukaan untuk peraba serta bunyi untuk pendengaran. *Kedua*, tanggapan, yaitu bermula dari adanya objek yang menimbulkan rangsangan kemudian rangsangan mengenai reseptor. Ketika rangsangan mengenai reseptor diterima maka akan diteruskan ke saraf sensoris lalu mengalami penyeleksian dan dilanjutkan lagi oleh saraf otak sebagai kesadaran. *Ketiga*, perilaku, yaitu diperoleh dalam proses penyadaran ditentukan oleh nilai yang dianut individu. Setiap nilai, pendapat dan pandangan dianggap penting oleh individu untuk melaksanakannya (Irwanto, dkk, 2009:72)

Proses terjadinya persepsi adalah objek yang menimbulkan stimulus lalu stimulus mengenai alat indera atau reseptor. Stimulus yang mengenai alat indera merupakan proses fisik. Stimulus tersebut diteruskan oleh saraf sensoris ke otak dimana proses ini disebut proses fisiologis. Kemudian terjadi ketika proses ditolak sehingga menyadari apa yang dilihat, diraba dan didengar. Proses tersebut dinamai dengan proses psikologis. Sehingga dapat disimpulkan bahwa proses terakhir dari persepsi yaitu seseorang menyadari bahwa apa yang didengar, apa yang diraba, atau apa yang dilihat adalah stimulus yang diterima melalui alat indera. Dalam pilkada khususnya bupati dan wakil bupati berkaitan dengan persoalan komunikasi politik dan tanggapan masyarakat terhadap pasangan calon. Kabupaten Pesisir Selatan termasuk daerah yang menyelenggarakan pilkada yaitu

pemilihan bupati dan wakil bupati yang dilaksanakan tanggal 9 Desember 2020 dan diikuti oleh tiga pasangan calon yang seluruhnya diusung oleh partai politik.

Tabel 1. Nama Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati tahun 2020 di Kabupaten Pesisir Selatan

No	Nama Pasangan Calon	Hasil akhir perolehan suara
1	Hendrajon - Hamdanus	86.074
2	Rusma Yul Anwar - Rudi Hariansyah,	128.922
3	Dedi Rahmanto Putra-Arfianof Rajab	10.022

Penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu oleh Juanda Manurung (2018) dengan judul Persepsi Masyarakat terhadap Pilkada, Studi Kasus Masyarakat di Kelurahan Padang Matinggi Kecamatan Padang Sidempuan Selatan Periode 2013-2018. Penelitian ini memfokuskan kampanye politik pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, yang menunjukkan positif dengan adanya pengaruh kampanye politik yang dilakukan. Penelitian ini menjadi penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat terhadap kampanye politik pasangan Anwar-Rudi pada pemilihan kepala daerah tahun 2020 di Kabupaten Pesisir Selatan yaitu Nagari Jinang Kampung Pansur.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, fakta-fakta dan sifat populasi tersebut untuk menggambarkan fenomena secara detail (Yusuf: 2017). Responden penelitian diperoleh dengan cara penetapan sampel menggunakan *propotional random sampling* yaitu dengan menentukan sampel dengan mengambil wakil-wakil dari setiap kelompok yang ada dalam populasi yang jumlahnya disesuaikan dengan anggota subjek yang ada dalam masing-masing kelompok tersebut secara acak. Populasi penelitian ini berjumlah 1.876 orang yang dinyatakan sebagai pemilih tetap di Nagari Jinang Kampung Pansur. Kemudian dinyatakan bahwa untuk menentukan jumlah sampel menggunakan rumus *slovin* yaitu sebuah formula atau rumus untuk menghitung jumlah sampel minimum dari sebuah populasi. Sehingga diperoleh sampel sebanyak 95 orang. Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner yang merupakan pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Setelah data diperoleh, dilakukan pengujian terhadap angket untuk uji validitas. Untuk melihat validitas dari suatu item instrumen dari kuesioner digunakan *corrected item total correlation*. Dimana jika nilai r hitung negatif atau kecil dari r tabel yang besar $\geq 0,361$ maka item

tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah persentase normal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kampanye yang dilakukan oleh pasangan Anwar-Rudi menimbulkan berbagai persepsi yang ada dikalangan masyarakat. Kampanye yang dilakukan oleh pasangan Anwar-Rudi berbeda dengan pemilihan sebelumnya dilihat dari bentuk kampanye yang dibatasi jumlah pesertanya. Temuan penelitian menyangkut tentang persepsi masyarakat terhadap kampanye politik pasangan Anwar-Rudi khususnya dalam hal pesan politik, media dan strategi yang digunakan. Berkenaan dengan pesan politik pasangan Anwar-Rudi melontarkan pesan-pesan politik berkaitan dengan isu pendidikan gratis bagi anak-anak di Kabupaten Pesisir Selatan, isu ekonomi yang berkaitan tentang mendukung ekonomi kreatif dan bantuan UMKM kepada masyarakat juga turut digencarkan, memperbaiki dan meningkatkan sarana dan prasarana perekonomian mikro seperti perbaikan pasar tradisional, merevitalisasi pembangunan ekonomi melalui pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Sejalan dengan penelitian ini persepsi masyarakat khususnya dalam penyampaian pesan politik yang disampaikan oleh pasangan calon Anwar-Rudi menghasilkan umpan balik berupa respon yang baik dari khalayak berupa dukungan dan tanggapan positif, dilihat dari masyarakat juga memahami dengan baik penyampain pesan politik ketika pasangan Anwar-Rudi menyampaikan orasinya dalam kampanye. Lebih lanjut, berkenaan dengan media yang digunakan pasangan calon Anwar-Rudi. Dimana dalam penggunaan media kampanye, pasangan Anwar-Rudi menggunakan media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *whatsapp* dan *youtube*. Dalam hal tersebut menunjukkan kegiatan postingan terkait tentang program-program kerja, serta visi misi oleh pasangan calon Anwar-Rudi. Dengan tujuan agar dikenal oleh masyarakat Kabupaten Pesisir Selatan. Selain itu, postingan yang telah diunggah juga bertujuan agar mampu berpikir secara rasional dan kritis serta sepaham dengan visi misi pasangan calon Anwar-Rudi sebagai bentuk penegasan pada masyarakat agar mampu memilih dengan menggunakan pikiran yang kritis dalam menentukan sikap politik.

Media sosial telah menjadi saluran komunikasi politik antar pemilih dan pasangan calon. Hal tersebut sejalan dengan tanggapan atau persepsi masyarakat bahwa media sosial juga digunakan sebagai sarana pencarian informasi tentang pasangan calon. Media sosial yang digunakan juga dianggap sebagai media yang gratis, mudah diakses, dan jangkauannya luas, dan isi pesan disesuaikan sesuai dengan target tujuan sasaran dan diskusi relatif terjalin efektif. Persepsi masyarakat terhadap kampanye politik pasangan Anwar-Rudi bila dikaitkan

dengan komunikasi politik yang merupakan komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan dan kebijakan pemerintah.

Menurut Cangara,dkk (2010) komponen komunikasi politik adalah sebagai berikut: (1) komunikator, yaitu orang yang menyampaikan sumber informasi yang menciptakan pesan sekaligus menyampaikan pesan pada khalayak dengan menggunakan saluran komunikasi dan media; (2) Pesan, yaitu informasi yang merupakan isi atau konten yang akan disampaikan atau didistribusikan oleh komunikator melalui saluran dan media komunikasi yang sesuai dengan pertimbangan dan tujuan komunikator; (3) Media, sebagai sarana atau instrumen yang digunakan oleh komunikator untuk mengirimkan pesan dalam beragam bentuk kepada khalayak; (4) khalayak, adalah pihak yang menerima pesan dan menjadi sasaran yang dikirimkan oleh komunikator, juga khalayak merupakan target dari beragam bentuk pesan sekaligus pihak yang memahami serta memaknai sebuah pesan; (5) Efek atau dampak, dalam proses komunikasi merupakan ukuran antara yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan penerima pesan. Pengaruhnya dapat dilihat dari bentuk pikiran, perasaan atau perilaku yang muncul setelah khalayak menerima pesan; (6) Umpan balik, merupakan sebuah tindakan yang muncul setelah efek komunikasi berlangsung pada khalayak penerima pesan, umpan balik diperlukan untuk mengetahui keberhasilan dari sebuah pesan yang disampaikan, umpan balik juga diartikan sebagai reaksi atau respon.

Sejalan dengan hal tersebut, pesan politik merupakan makna dan aturan kata dalam pembicaraan politik. Pesan-pesan dari hasil pengaruh yang disampaikan peserta komunikasi dapat menimbulkan berbagai makna, struktur dan akibat. Pesan politik diartikan sebagai pesan yang dibawa oleh komunikator politik baik dalam bentuk gagasan, kebiasaan, aturan, sikap, budaya politik maupun perilaku tentang politik yang mempengaruhi kehidupan politik (Muhtadi dalam Mukarom, 2016:92). Menurut Rosadi (2020) pesan adalah simbol-simbol yang diterima khalayak dan dipersepsikan dalam serangkaian makna. Dalam kampanye politik, pesan yang digunakan adalah pesan dengan sifat persuasif atau ajakan. Pesan politik perlu disampaikan dengan cara yang tepat, seperti menyampaikan pesan politik dengan daya tarik penuh kejenakaan/humoris. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat lebih menikmati pesan kampanye yang disiapkan karena membawa makna dan pengaruh yang kuat.

Selanjutnya, media sebagai komunikasi politik khususnya dalam konteks kampanye pasangan calon Anwar-Rudi bahwa media sosial yang digunakan seperti *facebook*, *instagram*, *youtube* dan *whatsapp*, dinilai mampu menjangkau khalayak dan membuat kandidat dalam suatu pemilihan dapat berinteraksi dengan para calon pemilih dengan skala dan insentitas yang tidak dapat dicapai dengan pola kampanye

politik tradisional. Pesan politik yang disampaikan melalui media sosial menghasilkan umpan balik berupa respon dan tanggapan dari khalayak. Melalui media sosial sebagai media politik merupakan bentuk komunikasi politik yang dilakukan dengan waktu yang relatif cepat seperti mendapat informasi, sosialisasi gagasan, ajakan tuntutan hingga protes dan publikasi usulan alternatif kebijakan (Heryanyo: 2018).

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap kampanye politik pasangan Anwar-Rudi dalam pemilihan kepala daerah tahun 2020 di Kabupaten Pesisir Selatan menuai persepsi yang cukup baik dengan memiliki persentase 68%. Walaupun persepsi masyarakat dalam kampanye politik yang dilakukan oleh pasangan Anwar-Rudi dikatakan memperoleh hasil yang baik akan tetapi tidak menjamin adanya kemenangan terhadap pasangan calon Anwar-Rudi khususnya di Nagari Jinang Kampung Pansur. Dimana terdapat kelemahan marketing politik oleh pasangan Anwar-Rudi dalam segi *product* atau *track record* yang dihasilkan oleh pasangan Anwar-Rudi masih kurang dibandingkan dengan *track record* oleh pasangan Hendrajoni-Hamdanus. Hal itu dikarenakan, masyarakat Nagari Jinang Kampung Pansur masih memiliki kesan yang baik dan rasa kepercayaan kepada pasangan Hendrajoni-hamdanus, karena pasangan calon yaitu Hamdanus sebelumnya merupakan Bupati Pesisir Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Cohen dan Hoff. (2011). *Desentralisasi dan Partisipasi Masyarakat dalam Pendidikan*. Yogyakarta : Pustaka Belajar
- Dessy Agustina (2017). Tinjauan Yuridis Terhadap Pelaksanaan Pengawasan Pilkada Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2015 Dalam Mewujudkan Demokrasi Daerah. *Jurnal Mercatoria*. Vol.10 No. 1. 2017
- Heryanto, Gun Gun. (2018). *Media Komunikasi Politik ; Relasi Kuasa Media di Panggung Politik*. Yogyakarta : IRCISoD.
- Juanda Manurung (2018) Persepsi Masyarakat terhadap Pilkada, Studi Kasus : Masyarakat di Kelurahan Padang Matinggi Kecamatan Padang Sidempuan Selatan terhadap Periode 2013-2018.
- Rosadi Bahtiar. (2020). Pengaruh Pesan Politik di Media Sosial Terhadap Peningkatan Literasi Politik Generasi Politik. *Jurnal Civicus*. 20 (1).
- Wahid, Umaimah. 2016. *Komunikasi Politik, Teori, Konsep dan Aplikasi pada Era Media Baru*. Bandung : Sembiosa Rekatama Media
- Yoedo Shambodo. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Khalayak Mahasiswa Pendetang UGM Terhadap Siaran

Perwatos Ngayogyakarta Jogja TV. *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*. Vol. 1. No. 2. Agustus 2020

Yusuf, Muri. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta : Kencana