



**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK ROHIDIN MERSYAH SEBAGAI CALON  
PETAHANA PILKADA 2020 PROVINSI BENGKULU**

***ROHIDIN MERSYAH POLITICAL COMMUNICATION STRATEGY AS A  
CANDIDATE OF BENGKULU PROVINCE PILKADA ELECTION IN 2020***

**Ahmad Yozi Alhidayah<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Sosial Politik, Universitas Bengkulu

<sup>1</sup>Jl. WR. Supratman, Kandang Limun, Kec. Muara Bangka Hulu, Bengkulu 38119, Indonesia

<sup>1</sup>ahmadyozi12@gmail.com

**ABSTRACT**

*The Political Year 2020 has begun, and Bengkulu Province will not directly elect the Governor and Deputy Governor for the Period of 2021-2026. Prospective Candidates have begun to be shown to the public from the start, known figures and new images will participate in coloring the long process of this democratic party. Rohidin Mersyah, who currently needs a Governor from 2016-2021. The communication strategy has been carried out by establishing communication to the Regions by conducting family gatherings. Social media also plays an important role in the Communication Strategy that is built. Community leaders also have a stake in supporting the strategy. The results of the study explain the strategy that has been expected to influence voters in making choices that do not need the attention of the respondents, seen from the media used to be more millennial consumption.*

**Keywords:** *Candidate, Strategy, Media, Voter, Millennial*

**ABSTRAK**

Tahun Politik 2020 sudah dimulai, tidak terkecuali Provinsi Bengkulu yang akan memilih secara langsung Gubernur dan Wakil Gubernur untuk Periode 2021-2026. Bakal Calon Kandidat sudah mulai diperlihatkan kepada masyarakat dari mulai Tokoh yang sudah dikenal maupun sosok baru akan turut serta mewarnai proses panjang pesta demokrasi ini. Rohidin Mersyah yang saat ini masih menjabat sebagai Gubernur Definitif sisa Periode 2016-2021. Strategi komunikasi sudah dilakukan dengan membangun komunikasi ke Daerah-daerah dengan melakukan silaturahmi keluarga. Media sosial juga mendapatkan peran penting dalam Strategi Komunikasi yang dibangun. Tokoh-tokoh Masyarakat juga mempunyai andil yang berpengaruh dalam melakukan strategi. Hasil penelitian menjelaskan bahwa strategi yang selama ini dipercaya dapat mempengaruhi pemilih dalam menentukan pilihan tidak begitu menjadi perhatian para responden, dilihat dari media yang digunakan lebih menjadi konsumsi pemilih milenial.

**Kata Kunci:** *kandidat, Strategi, Media, Pemilih, Milenial*

**1. PENDAHULUAN**

Kemenangan yang diraih oleh pasangan Ridwan Mukti dan Rohidin Mersyah dalam Pilkada 2015 di Provinsi Bengkulu ini diduga tidak lepas dari kepercayaan masyarakat Bengkulu baik secara kualitas, integritas, kapabilitas calon ini sehingga publik sangat berharap terhadap pasangan ini pasca keterpilihan mereka mampu memegang tampuk kepemimpinan tertinggi di provinsi Bengkulu dengan sebaik-baiknya. Terlebih pasangan ini berdasarkan penelitian merupakan sosok baru di mata masyarakat Bengkulu yang diharapkan bisa memimpin Provinsi Bengkulu, paling tidak mereka dianggap sosok yang dinilai masyarakat Bengkulu memiliki latar belakang Keilmuan yang tinggi juga mampu menghasilkan kebijakan-kebijakan yang bijaksana dalam mengambil Keputusan setiap kegiatan pemerintahan. Namun demikian keindahan demokrasi ini mulai terlukai dengan banyaknya elit politik yang nyatanya menebar janji manis yang seolah pasti terwujud, nyatanya setelah terpilih





mereka dengan sendirinya menganggap janji politik itu hanyalah teknik dalam kampanye politiknya. hal ini lah yang kemudian membuat sebagian besar masyarakat mulai malas untuk mengikuti sebuah perhelatan akbar yang diadakan Pemerintah dalam menjangking suara para Pemilih, baik pemilih pemula maupun pemilih lama. Mereka lebih terkesan mengharapkan sesuatu yang akan diberikan oleh pasangan calon sebelum mereka memberikan hak pilihnya karena mereka menganggap hal inilah yang akan mereka dapatkan diluar janji-janji para elit politik tersebut. Selain hal ini masih banyak yang menyebabkan masyarakat umum tidak menggunakan hak pilihnya dalam pesta demokrasi (Pilkada) yakni mereka yakin apabila Salah satu pasangan calon ini nantinya memimpin daerah mereka itu hanya akan memperkaya Pemimpin yang baru nantinya, sudah banyak terbukti didaerah lain seorang pemimpin setelah terpilih akan berusaha mengembalikan semua modal yang dikeluarkannya pada saat mencalonkan diri menjadi kepala Daerah. Kemudian akibat dari hal ini lah banyak Daerah-daerah yang jumlah Pemilih Golongan Putih (Golput) atau mereka yang tidak memberikan hak suara mereka dalam memilih pemimpin masih tinggi. akan tetapi terbukti pada saat Pemilihan Kepala Daerah Provinsi Bengkulu Tahun 2015 Lalu adalah sebagai berikut :

Uraian	Data Pemilih	Pengguna Hak Pilih	Golput	Persentase %
LK	736008	481041	254967	35 %
PR	714406	488027	226379	32%
Jumlah	1450414	969068	481346	33%

*Sumber: Data KPUD Prov. Bengkulu dalam Surat Keputusan  
No. 48/Kpts/KPU-Prov-007/XII/2015*

Terlihat jelas masyarakat Bengkulu masih menginginkan pemimpin yang mereka amanahkan sebagai Kepala Daerah Provinsi Bengkulu dengan rendahnya Tingkat Golput itu sendiri. Pemimpin diharapkan menjadi pengayom bagi masyarakatnya, Pemimpin yang bijaksana dalam mengambil keputusan serta prorakyat adalah pemimpin yang paling ideal menjadi Kepala Daerah, serta pemimpin semacam inilah yang nantinya akan dipercaya oleh para Masyarakat yang telah berhak memberikan hak pilihnya dalam Pemilihan Umum. Hal inilah yang menarik untuk dijadikan bahan Penelitian ini melihat Sosok Rohidin Mersyah sebagai Gubernur definitif yang dilantik oleh Presiden Ir. H. Jokowi Pada Tanggal 10 Desember 2018 lalu, yang digadang-gadangkan akan kembali maju dalam pesta demokrasi Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2020 ini.

Adapun rumusan masalah penelitian ini melihat apakah sosok Rohidin Mersyah ini telah melakukan Strategi yang dinilai sudah tepat dalam mempengaruhi hati pemilih pada pesta demokrasi yang akan datang. Sedangkan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai bahan pertimbangan bagi sesiapaapun yang akan melakukan Strategi Komunikasi politik dalam meraih perhatian Pemilih saat menentukan pilihan hati mereka.

### **1.1. Strategi Komunikasi**

Menurut Effendy (2007:32) pengertian Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi merupakan panduan dari komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung situasi dan kondisi. Strategi sudah banyak menjadi istilah yang sering digunakan oleh banyak orang untuk menggambarkan berbagai makna seperti suatu rencana, taktik atau cara untuk mencapai sebuah tujuan. Dalam penelitian ini





Strategi Komunikasi yang dilakukan Rohidin Mersyah bertujuan untuk mencapai kepercayaan kembali dalam memimpin Provinsi Bengkulu 5 Tahun kedepan.

### **1.2. Komunikasi Politik**

Menurut McQuil dan Meadow (2009:2) istilah Komunikasi Politik merujuk pada “segala bentuk pertukaran symbol atau pesan yang sampai tingkat tertentu dipengaruhi dan mempengaruhi berfungsinya system politik:.. Sedangkan McNair (2009:5) menegaskan bahwa komunikasi politik pada dasarnya adalah “*purposeful communication ababout politics*” ( Komunikasi yang diupayakan untuk mencapai tujuan-tujuan politik tertentu). Menurut Astrid S. Susanto (2006:3) mengangkat suatu formula Pengertian Komunikasi politik yaitu Komunikasi yang diarahkan kepada pencapaian suatu pengaruh sedemikian rupa, sehingga masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi ini dapat mengikat semua warganya melalui suatu sangsi yang ditentukan bersama oleh lembaga-lembaga politik. Lain hal nya menurut Harun dan Sumarno mencoba memberikan formula Komunikasi Politik yaitu sustu proses dan kegiatan-kegiatan membentuk sikap dan prilaku politik yang terintegrasi ke dalam sustu system politik dengan menggunakan symbol-simbil yang berarti.

### **1.3. Petahana**

Petahana (bahasa Inggris: incumbent), berasal dari kata "tahana", yang berarti kedudukan, kebesaran, atau kemuliaan, dalam politik, adalah istilah bagi pemegang suatu jabatan politik yang sedang menjabat. Istilah ini biasanya digunakan dalam kaitannya dengan pemilihan umum, di mana sering terjadi persaingan antara kandidat petahana dan non petahana. Sebagai contoh, pada Pemilihan umum Presiden Indonesia 2009, Susilo Bambang Yudhoyono adalah petahana, karena ialah presiden yang sedang menjabat pada saat pemilihan umum untuk pelaksanaan pemilihan presiden berikutnya. Dalam persaingan kursi-terbuka (di mana sang petahana tidak mencalonkan diri), istilah "petahana" terkadang digunakan untuk merujuk kepada kandidat dari partai yang masih memegang jabatan kekuasaan. Kata ini pertama kali diperkenalkan oleh Salomo Simanungkalit pada tanggal 6 Februari 2009 sebagai padanan kata dalam konteks Pemilihan umum Presiden Indonesia 2009. Menurutnya, alasan kata ini baru dibutuhkan pada waktu itu adalah karena sebelumnya presiden (Soeharto) tidak memiliki penantang, oleh sebab itu tidak ada kebutuhan untuk kata "petahana" dalam konteks pemilihan presiden. Walaupun begitu, Salomo Simanungkalit juga memprediksikan pada artikel yang sama tentang kemungkinan munculnya kata "inkamben" sebagai transkripsi istilah tersebut dalam bahasa Inggris, sehingga sebelum hal tersebut terjadi, ia berusaha mencari dan mempopulerkan padanannya di dalam bahasa Indonesia, alih-alih mengalihaksarakannya. Sejak saat itu, mayoritas surat kabar menggunakan istilah "petahana" sebagai padanan istilah bahasa Inggris "incumbent".

### **1.4. Pemilu dan Pilkada**

Sejak pemberlakuan UU No 22 Tahun 2007 tentang Penyelenggaraan Pemilihan Umum, Pemilu tidak dibatasi pada pemilihan anggota DPR, DPD dan DPRD Kabupaten/Kota juga mengatur Pemilu Presiden/wakil presiden, tapi lebih jauh dari itu mengatur Pemilu kepala daerah/wakil kepala daerah baik di tingkat provinsi/kabupaten dan kota. Di tengah masyarakat, istilah Pemilu lebih sering merujuk kepada pemilu legislatif dan pemilu presiden dan wakil presiden yang diadakan setiap 5 tahun sekali. Pengertian Pemilu menurut UU Nomor 22 Tahun 2007 tentang Penyelenggara Pemilu pada pasal 1 ayat 1 adalah pelaksanaan kedaulatan rakyat yang diselenggarakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945. Sedangkan pada pasal 1 ayat 4 dijelaskan bahwa Pemilu Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah adalah Pemilu untuk





memilih kepala daerah dan wakil kepala daerah secara langsung dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945.

## **2. METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Studi Kasus yang digunakan adalah konsep Stake, 2005 (dalam buku studi kasus kualitatif S.Arifianto, 2016 : 13-14) Penelitian ini masuk ke jenis penelitian studi kasus instrumental (*instrumental case study*) yang mana penelitian studi kasus ini dilakukan dengan meneliti sebuah kasus namun tujuannya untuk memberikan pemahaman secara mendalam dan terperinci kasus yang dipilih. Dalam penelitian ini Peneliti berusaha mengungkapkan strategi komunikasi politik seperti apa yang cocok digunakan dalam memperoleh Hati Pemilih dalam menentukan pilihannya pada saat Pilkada Provinsi Bengkulu Tahun 2020 mendatang. Penelitian kualitatif studi kasus ini Penulis melakukan pengambilan data dengan teknik *Purposeful sampling*. *Purposeful sampling* ini dimaksudkan untuk menentukan siapa saja informan-informan yang mewakili untuk mendapatkan sejumlah informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. *Purposeful sampling*, Peneliti yang awalnya belum pernah tahu apakah kasus-kasus yang dipilih itu akan mewakili populasi eksploratori atau dalam penelitian lapangan. (Rulam Ahmad 2014:85-86)

Narasumber pada penelitian ini adalah orang-orang yang membantu Rohidin Mersyah dalam melakukan Strategi Komunikasi politiknya dan Orang-orang yang mewakili dari Pemilih (*voter*).

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Untuk dapat bersaing dengan para bakal calon kandidat gubernur lainnya tentunya Romers (Rohidin Mersyah) harus memiliki Strategi yang dinilai dapat mengambil hati para Pemilih terlebih Kaum Milenial (Pemilih Pemula) yang sejatinya belum begitu bisa menentukan pilihan masing-masing dengan kata lain masih ikut-ikutan, Romers dituntut piawai dalam menentukan Strategi terhebat yang harus dilakukan, dari mulai Sosial, Keagamaan, Prestasi dan capaian terus digalakkan, terlebih satu sisi Romers dikatakan Untung dengan posisinya saat ini yang masih aktif sebagai Gubernur Definitif sisa masa jabatan 2018-2021, Namun dilain sisi posisi ini juga sedikit menjadi batu sandungan ketika Rivalnya mengatakan bahwa Romers menggunakan Fasilitas dari Jabatan untuk melakukan Sosialisasi.

### **3.1 Strategi Sosialisasi**

Sebelum sebuah strategi disusun dan di aplikasikan oleh Tim Keluarga, perlu meninjau beberapa aspek-aspek yang akan menguntungkan serta merugikan bagi calon Petahana, dikatakan salah seorang Tim Keluarga bahwa Romers sangat memisahkan urusan Kedinasan sebagai Gubernur dengan urusan sosialisasi sebagai Bakal Calon Gubernur Periode 2021-2026 mendatang. Sebagai langkah awal Romers memamparkan kepada masyarakat tentang Capaian nya selama 2 tahun terakhir sebagai Gubernur, diharapkan dengan capaian ini nantinya Pemilih bisa menilai kelayakan Romers untuk memimpin kembali periode selanjutnya. Namun lagi-lagi Romers tidak mau terlibat kedalam politik praktis yang kemungkinan akan disematkan oleh para rival nantinya. Capaian yang dimaksud akan dilaporkan kepada masyarakat antara Lain Terbukanya Jalur Pelabuhan Pulau Baa sebagai Kawasan Ekonomi Khusus (KEK), Alih Status Bandar Udara Fatmawati Soekarno yang semula di Kelolah Kementerian Perhubungan Udara Melalui Unit Pelayanan Bandar Udara (UBPU) ke Perusahaan BUMN terbesar PT. Angkasa Pura 2, graound Breaking TOLL Bengkulu-Lubuk Linggau,





Pembangunan Monumen Ibu Agung Fatmawati di Simpang Lima Ratu Samban, Pembenahan Kawasan Wisata Pasir Putih, Revitalisasi Masjid Raya Baitil Izaah dan Gedung Balai Buntar, Alih Status IAIN Bengkulu Menjadi UIN Fatmawati. Strategi penyampaian capaian ini dinilai positif oleh masyarakat ketika Peneliti mencoba melakukan wawancara santai dengan salah satu masyarakat secara acak, Beliau Mengaku bernama "AIS" seorang Pengusaha mengatakan bahwa era kepemimpinan Romers banyak sekali Pembangunan baik Skala Nasional maupun daerah. Lain Hal nya "Jaka" seorang mahasiswa mengatakan masyarakat harusnya melihat prestasi yang diraih oleh Romers dalam 2 Tahun terakhir ini.

### **3.2. Strategi Komunikasi Politik**

Tidak berbeda Rivalnya yang sudah lama menyebar dan memasang beberapa Spanduk Sosialisasi, berusaha menjual Politik masing-masing, Romers juga demikian, pemasangan Spanduk, Baliho bahkan One Way (Stiker Kaca Mobil) sudah dilakukan, menurut salah seorang partisipan mengatakan bahwa untuk spanduk Oneway kita pasang dengan biaya kita sendiri, namun juga ada yang dikoordinir oleh TIM Ketua sosialisasi.

Startegi dengan media sosial baik dari Grup-grup pendukung masing-masing kandidat lebih diwarnai dengan akun-akun palsu yang berusaha menurunkan elektabilitas kandidat tertentu. Penggunaan media sosial seperti Instagram masih dianggap efektif oleh kalangan pemilih milenial, tentunya dengan penyampaian yang Santun.

Membraur dengan masyarakat juga menjadi sorotan tertinggi dalam penelitian ini, pada saat dilemparkan pertanyaan secara acak kepada informan, hampir seluruh informan menyukai Pemimpin yang merakyat, "kami suka pak rohidin karena dia juga seorang ustadz dulunya di desa kami" jawab salah satu informan yang berasal dari Kabupaten Bengkulu selatan. "kami berharap siapa saja yang memimpin untuk tidak menjadi pemimpin yang munafiq" jawab informan yang berasal dari Kabupaten Rejang Lebong. Strategi ini masih dinilai sebuah strategi primadona, tentunya dengan tidak dibuat-buat atau dengan kata lain hanya berpura-pura (akting).

## **4. PENUTUP**

Berikut Hasil Kesimpulan yang didapat oleh peneliti yaitu eksistensi seorang Rohidin Mersyah sebagai Gubernur aktif (Petahana) masih sangat berpengaruh dengan elektabilitas yang didapat, tentunya dengan kepiawaian seorang Rohidin Mersyah untuk dapat menawarkan Program-program baru jika kembali terpilih nantinya. Sosialisasi melalui media sosial hanya disukai oleh para pendukung (loyalis), namun belum efektif untuk Pemilih yang belum menentukan suara pada Pilkada yang akan datang. Strategi yang paling disukai para calon pemilih dari berbagai informan yang kemudian peneliti bandingkan adalah Komunikasi membraur kepada masyarakat, sebagai salah satu contoh ketika mendatangi Pesta pernikahan, Olahraga Pagi, Sarapan Pagi, beribadah, tidak arogan akan kekuasaan, tidak menunjukkan sifat seakan-akan dianggap paling Religius, yang pada intinya masyarakat tidak menyukai Komunikasi Politrik yang dibuat seakan mengharapkan Pujian dan Sanjungan. Jawan inilah yang masih menjadi jawaban terbanyak dari berbagai Informan.

Kehadiran Lawan Politik yang menjadi rival belum begitu menjadi persaingan sulit bagi Rohidin Mersyah selaku Kandidat Bakal Calon Gubernur Petahana. Dengan syarat seorang Rohidin harus mampu menunjukkan bahwa setiap hal yang dilakukan adalah untuk Rakyat Provinsi Bengkulu.





### **Ucapan Terimakasih**

Ucapan terima kasih Peneliti sampaikan bagi semua Pihak yang mendukung baik moril dan materil dalam penulisan karya Tulis Ilmiah ini, kedepan Kriitik dan saran sangat Penulis harapkan guna mendapatkan karya dan tulisan yang lebih baik lagi.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ahmad, Ruslan. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: AR-RUZZ Media.
- Arifianto, S. (2016). *Implementasi Metode Penelitian Studi Kasus Dengan Pendekatan Kualitatif*. Yogyakarta : Aswaja Pressindo.
- Arifin, Anwar. (1984). *Strategi Komunikasi*. Bandung : ARMICO.
- Budiarjo, Miriam. (2008). *Dasar-dasar Ilmu Politik*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Effendy, Onong Uchjana. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Cetakan Kedua puluh dua*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Muhtadi, Arif Saeful. (2008). *Komunikasi Politik Indonesia*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Dedi. (2011). *Ilmu Komunikasi*. Bandung : PT. Rosdakarya

