

PENCITRAAN POLITIK KANDIDAT PADA PEMILIHAN BUPATI DI KABUPATEN WAY KANAN 2020

Adie Nurjana Resma

STISIP Bina Marta

Jln. Adiwiyata, Kota Baru Selatan, Martapura OKU Timur, Sumatera Selatan

Email: adieresma09@gmail.com

This study aims to see the process of candidate Juprius – Rina Marlina and Adipati Surya – Ali Rahman in the 2020 regional head elections in Way Kanan Regency, especially in terms of political imagery and political strategy using Dan Nimo's theory by looking at pure publicity political imagery, Free Ride Publicity, Tie-in Publicity, Paid Publicity. The method used is a qualitative descriptive research method through interviews with speakers, namely successful teams, religious and community organization leaders, academics, youth leaders and MSME actors. Secondary data consists of books and related documentation. The results showed that the couple 01 Juprius – Rina Marlina tried to build imaging through Free Ride Publicity, Paid Paid Publicity and Pure Publicity. This was done by the pair of candidates 01 to raise their image in the eyes of the public to get a victory. While the candidate pair 02 Raden Adipati Surya-Ali Rahman used Pure publicity, Free Ride Publicity, Tie-in Publicity, Paid Publicity. Which then won back Raden Adipati Surya for the second priode. The strategies carried out, both utilize mass organizations, groups, community groups and assemblies. In this usefulness that is more effective for mobilizing it is the successful team of the pair of candidates 02. From the conclusions of this study, the political imagery of the couple and the strategy of 01 have not been able to succumb to the petaha which is still strong in maintaining the image and gaining the sympathy of the people. On the other hand, the pair of candidates 02 are able to create and build their image through the strategies made. Looking at the theory used by the examiner of the difference between the two pairs of candidates, it is the pair of candidat 01 is not all used. While the 02 couple is able to take advantage of existing and owned resources through office and power.

Keywords: Political Imagery; Political Strategy; Local Elections.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pelaksanaan pemilukada serentak, di Provinsi Lampung terdapat empat penyelenggaraan pemilihan bupati dan wakil bupati, salah satunya di Kabupaten Way Kanan. Terdapat 2 pasangan calon (selanjutnya disebut dengan paslon) yang maju sebagai calon bupati dan calon wakil bupati yaitu Juprius dan Rina Marlina (paslon no. urut 01) kemudian Raden Adipati Surya dan Ali Rahman (paslon no. urut 02). Tahun 2020 bisa disebut sebagai tahun politik bagi beberapa daerah yang menyelenggarakan pemilukada di Indonesia. Pentas politik mulai ramai kembali (setelah tahun 2014 dan 2015) dengan keberagaman. Dari sudut kampung hingga perkotaan, jalan dihiasi sesak oleh spanduk, *billboard* dan baliho kandidat pasangan calon atau partai politik pengusung kandidat. Semuanya dihiasi janji dan niatan baik masing-masing calon kepala daerah. Menjelang pemilukada 2020 semua calon baik walikota dan bupati saling berlomba menampilkan “kesempurnaan”.

Pemilu merupakan proses politik yang secara konstitusional bersifat niscaya bagi negara demokrasi. Sebagai sistem, demokrasi nyata-nyata telah teruji dan diakui paling realistik dan rasional untuk mewujudkan

tatanan sosial, politik, ekonomi yang populis, adil, dan beradab, kendati bukan tanpa kelemahan. Begitu tak terbantahkan tesis-tesis demokrasi sehingga hampir semua penguasa otoriter dan tiran menyebut sistem yang digunakannya sebagai sistem yang demokratis. Kabupaten Way Kanan termasuk daerah yang ikut melaksanakan pemilukada. Untuk menang dalam pemilukada, seorang kandidat membutuhkan pencitraan politik. Tidak bisa disangkal kondisi pemilukada kabupaten way kanan para kandidat membutuhkan strategi untuk kemenangannya dalam merebut hati pemilih. Dalam menetapkan strateginya paslon melakukan secara hati-hati dalam kampanyenya, tak jarang paslon mengeluarkan isu ke masyarakat yang sering muncul seperti lapangan kerja, korupsi, keadilan sosial, pembangunan ekonomi, sejahtera dll. Pencitraan politik sebaiknya proses menciptakan kebutuhan publik juga harus dilakukan sehingga setiap politisi tidak pernah kehabisan amunisi ketika harus melakukan gerakan kampanye, fenomena kampanye yang seragam, seperti ke pasar, terminal dan daerah kumuh, akan bisa dikembangkan secara lebih sistematis (Tahir, 2012). Dalam pemilukada tahun 2020 di Way Kanan terdapat 2 paslon, yang pertama Juprius – Rina Marlina dan yang kedua Raden Adipati Surya – Ali Rahman, dimana calon bupati no urut 02 ini adalah seorang petahanan. Keberadaan citra politik dalam

dunia politik bukanlah hal yang baru tetapi telah berjalan sejak lama, citra politik dibutuhkan terutama ketika seorang yang ingin menjabat sebagai jabatan politik atau yang dipilih langsung oleh rakyat, sehingga citra politik sangat penting untuk mempopulerkan diri. Terutama di negara-negara maju seperti Amerika. Kisah fenomenal Jimmy Carter menjadi orang nomor satu di Amerika tidak terlepas dari politik pencitraan. Carter merupakan tokoh yang sama sekali tidak dikenal masyarakat Amerika, tiba-tiba menjadi populer dan sekaligus memenangkan pemilihan presiden. Carter berhasil menghadirkan dirinya dalam sosok yang sangat simpatik dan menarik perhatian publik setelah melakukan berbagai ikhtiar melalui media massa. Pers berhasil mensosialisasikan informasi baru dalam membentuk opini publik untuk mengantarkan Carter memasuki *Capital Building* (Muhtadi, 1996:46-47). Pemilukada Kabupaten Way Kanan 2020 tidak terlepas dari upaya-upaya pencitraan yang dilakukan oleh calon kandidat bupati, hal ini dilakukan dari sosialisasi kampanye politik yang dilakukan oleh calon bupati dan wakil bupati kabupaten Way Kanan. Setiap paslon dalam pemilukada di Kabupaten Way Kanan harus menggunakan strategi *marketing* politik. Dari kedua calon yang telah bersaing dalam pemilihan Bupati Kabupaten Way Kanan 2020, paslon no urut 01 Juprius – Rina Marlina. Juprius berlatar belakang pengusaha dan Rina Marlina berasal dari kalangan akademisi dan istri dari mantan bupati terdahulu. Paslon no. urut 02 Raden Adipati Surya – Ali Rahman. Raden Adipati Surya adalah seorang petahana (*incumbent*) dan seorang pengusaha serta Ali Rahman dari persiapan ASN. Kandidat no urut 01 mengusung slogan “Berjaya” sedangkan paslon dengan no urut 02 mengusung slogan “Berani pasti Aman” dan “Way Kanan Asyik”. Pencitraan yang dilakukan petahana yaitu dengan menggunakan media sosial atau dengan cara menyebarkan informasi yang terkait dengan setiap kegiatan. Kemudian yang diunggulkan selalu dengan keberadaan RSUD Way Kanan, yang seolah jerih payah beliau untuk mendirikan itu. Citra paslon 01 yang dibangun yaitu melalui kelompok-kelompok tertentu, salah satunya, pada guru ngaji, organisasi keagamaan dan lain-lain. Kemudian hanya menumpang program pusat, yaitu dengan pendidikan gratis 9 tahun. Masing-masing kontestan diketahui menguasai beberapa media lokal agar dapat berfokus dalam menonjolkan identitas dan diferensiasi diri dari para kompetitor politiknya selama masa kampanye. Hal ini dilakukan guna menguatkan dan menyempurnakan konstruksi pencitraan yang dibangun di dunia nyata dan maya. Kemudian menurut Prasetya, media massa sebagai salah

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

sebagai salah satu bagian yang tidak terpisahkan dimasyarakat telah memberikan pengaruh yang begitu signifikan dimasyarakat. Media massa yang telah mengalami perkembangan begitu pesat juga mampu membentuk opini publik melalui tayangan atau pemberitaan yang disajikan, seperti berita yang paling besar memberikan pengaruh merupakan media yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat (Prasetya, 2013: 233). Beberapa hasil penelitian yang sudah dijelaskan membuktikan bahwa pencitraan politik masih sangat relevan untuk dibahas. Di era politik kontemporer saat ini diiringi dengan kemajuan teknologi mendorong pra politisi dalam membranding dirinya agar di kenal dikalangan usur masyarakat. Dengan kondisi ini politisi harus cerdas dalam mengikuti pembaruan teknologi dan keilmuan agar dapat dipelajari dalam perkembangan karir untuk tujuannya. Berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya, penelitian ini akan meneliti aspek latar belakang sosial, latar belakang politik, secara personal. Fokus-fokus penelitian adalah analisis Pencitraan kandidat pada pemilukada di way Kanan tahun 2020. Latar belakang sosial yang dimiliki oleh para kontestan juga menentukan peneliti pada sebuah dugaan bahwa hal ini akan membawa nuansa yang berbeda pula dalam pencitraan yang akan mereka munculkan dihadapan konstituen selama masa kampanye politik. No. urut 01 Juprius, dalam dunia politik bisa saja di anggap baru pasalnya beliau bukanlah kader politik dan secara pendidikan cenderung rendah, akan lebih menonjolkan karakter tegas, dan kemampuan dalam bidang bisnis sebagai pintu masuk pencitraan yang mereka gunakan untuk meyakinkan hati pemilih. Sedangkan bagi no. urut 02 Raden Adipati Surya, yang telah terbiasa mengemban tugas untuk melindungi anggota kelompoknya serta bernegosiasi dengan pihak lawan, akan cenderung membangun pencitraan atas diri mereka sebagai sosok calon pemimpin yang santun, mengayomi, serta memiliki kemampuan diplomasi yang cukup mumpuni.

Gambaran diatas, peneliti merasa tertarik untuk melakukan kajian yang lebih sistematis terhadap gejala pencitraan politik yang tersaji dalam kampanye pemilukada serentak di Way Kanan 2020 antara Calon Kepala Daerah *Incumbent* dan dari pebisnis non-politisi. Dari hasil penelitian ini kita dapat melihat sejauh mana perbedaan latar belakang sosial yang ada antara para kontestan akan mempengaruhi nuansa pencitraan politik yang mereka munculkan selama masa kampanye pemilukada serentak di Way Kanan 2020 guna memenangkan hati konstituen.

1. Bagaimana pencitraan politik yang dilakukan oleh para paslon pada pemilukada Way Kanan tahun 2020?
2. Strategi apa saja yang dilakukan oleh para paslon untuk menaikkan citranya pada pemilukada Way Kanan 2020?

C. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini menjelaskan bagaimana pencitraan politik di pemilukada serentak Way Kanan 2020.

II. METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Penelitian yang berjudul Pencitraan Politik Kandidat Pada Pemilihan Bupati Di Kabupaten Way Kanan 2020 menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada Moleong & Lexy (2016: 6).

B. Fokus Penelitian

Spreldley mengemukakan bahwa fokus adalah domain tunggal atau beberapa domain yang terkait dari situasi sosial. Dalam penelitian kualitatif, penentuan fokus dalam proposal lebih didasarkan pada tingkat kebaruan informasi yang akan diperoleh dari situasi sosial (Sugiyono, 2018:208). Penelitian ini memfokuskan pada politikal branding paslon kepala daerah di kabupaten Way Kanan tahun 2020 dengan menggunakan teori pencitraan politik Dan Nimmo dalam Anang Anas Azhar (2017:2) untuk mengidentifikasi bentuk Pencitraan Politik.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2018:38). Mc Milan dan Schumacher dalam (Suharsaputra 2014) mengemukakan beberapa instrument untuk mengumpulkan data dalam penelitian kualitatif antara lain observasi partisipasan, observasi bidang/lapangan, wawancara mendalam dan dokumen dan artefak teknik tambahan seperti audio visual. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.

D. Teknik Pengolahan Data

Data yang telah diperoleh dari lapangan selanjutnya dilakukan pengolahan data. Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

1. Editing Data

Tujuan dalam proses editing data adalah untuk

mengurangi kesalahan atau kekurangan yang ada didalam daftar pertanyaan yang sudah diselesaikan sejauh mungkin (Narbuko and Achmadi 2016). Proses editing merupakan proses dimana peneliti melakukan proses pengecekan atau klarifikasi dari data yang diperoleh dari hasil pengumpulan data yaitu wawancara observasi dan dokumentasi di lapangan.

2. Interpretasi Data

Interpretasi data pada penelitian ini yaitu melakukan pembahasan atau hasil dengan kata lain berarti menjelaskan dan menemukan makna hasil analisis dengan tujuan teoritis dan praktis penelitian Silalahi (2012: 289). Penelitian ini akan menjabarkan data yang ada melalui tahap editing kemudian diberikan penjelasan atau penafsiran serta dilakukan penarikan kesimpulan sebagai hasil dari penelitian.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan menyeleksi, menyederhanakan, memfokuskan, mengorganisasikan data secara sistematis dan rasional sebagai bahan jawaban terhadap permasalahan penelitian (Hikmawati, 2017:193). Analisis data menurut Bogdan & Biklen dalam Moleong & Lexy (2017: 248) adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memusatkan apa yang diceritakan kepada orang lain.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan prosedur reduksi data, *display* (Penyajian data), dan menarik kesimpulan (verifikasi). Proses tersebut dijabarkan menurut Miles, dkk (2014:16) yaitu sebagai berikut :

1. Reduksi Data (*data reduction*)

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal yang pokok, dan memfokuskan hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Reduksi data dapat memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencari jika diperlukan.

2. Penyajian Data (*display data*)

Penyajian data dapat membantu dalam memahami apa yang terjadi di lapangan. Penyajian data adalah mengolah data setengah jadi yang sudah seragam dalam bentuk tulisan dan sudah memiliki alur tema yang jelas kedalam suatu matriks kategorisasi sesuai tema-tema yang sudah dikelompokkan dan dikategorikan.

3. Menarik Kesimpulan / Verifikasi

Kesimpulan atau verifikasi merupakan tahap akhir dalam rangkaian analisis data kualitatif. Kesimpulan merupakan temuan yang baru yang sebelumnya belum

pernah ada. Temuan tersebut dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya tidak jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pencitraan Paslon Bupati & Wakil Bupati Kabupaten Way Kanan 2020

Citra sering digunakan oleh elit politik sebagai pembeda antara calon yang lain. Citra ini sering digunakan untuk meraih simpati dari masyarakat atau membangun wilayah yang menjadi basis pemilihan. Pencitraan digunakan juga untuk melemahkan calon lain dalam pemilukada. Dalam ilmu politik hal inilah yang sering disebut dengan pencitraan politik.

Pencitraan politik proses pembentukan citra melalui informasi yang diterima khalayak secara langsung melalui media sosial atau media massa dan bisa bertatap muka langsung dengan masyarakat. Hal itu berkaitan dengan persepsi seseorang terhadap pesan yang menyentuh atau merangsangnya. Pencitraan politik terletak pada sumber pesan, pengendalian pesan-pesan yang disampaikan, dan banyak berhubungan dengan sumber pesan itu sendiri dalam membangun pencitraan seseorang.

1. Pure publicity (Publisitas Murni)

Mempopulerkan diri melalui aktifitas masyarakat dengan setting sosial yang natural atau apa adanya, dengan melakukan kegiatan yang natural pada masyarakat atau keseharian yang sering di lakukan masyarakat atau kelompok tertentu. Dengan ikut langsung dalam kegiatan tersebut menunjukkan perhatian calon pada kepedulian kegiatan tersebut. Hal ini sering dilakukan paslon untuk membangun citra di mata masyarakat agar terlihat lebih peduli.

Pencitraan politik di Kabupaten Way Kanan juga ditemukan dalam pemilukada Bupati & Wakil Bupati Kabupaten Way Kanan tahun 2020 dengan menggunakan media sosial, media masaa, bertatap muka langsung dan wilayah yang digunakan basis pemilihan untuk membangun citra baik dalam kesehariannya maupun dalam pesan kampanye mereka yang digunakan melalui banner, stiker dan tim sukses yang menggunakan pencitraan untuk menjatuhkan atau mengalahkan lawan politiknya. Pencitraan politik ini masih di anggap efektif oleh para tim sukses dari masing masing paslon kepala daerah Kabupaten Way Kanan seperti yang di utarakan oleh juru kampanye Paslon No. urut 2 yang sekarang menjadi anggota DPRD Kabupaten Way Kanan dari Partai PKB Sairul Sidiq, S.H dalam wawancara :

“untuk kampanye sekarang tidak seberat di priode pertama mas, kebetulan untuk saat ini kami jadi petahana, jadi ya bisa masuk dalam segi apapun apalagi itu kegiatan masyarakat, kami masuk di pengajian,

kmudian di 17 agustus kmren kami membuat surat edaran, lalu dalam hal membuat acara di tempat tempat yang wisata di way kanan.” (Senin, 09 Mei 2022. Pukul 19.00 WIB)

Senada dengan pendapat di atas pendapat lain yang di utarakan oleh ketua pemuda muhamadiyah bernama Dedi Iskandar, S.H dalam hasil wawancara:

“setiap kegiatan kita mas, memang yang membuka acara pak adipati sering membuka acara kegiatan kami.” (Senin, 09 Mei 2022, Pukul 10.00 WIB)

Menurut sekretaris PPK Kecamatan Way Tuba bapak Saepul Mu'minin, S.IP. dalam sebuah wawancara beliau juga mengatakan :

“yah, selama belum di tetapkan sebagai calon, baik petahana maupun penantangnya itu boleh-boleh saja melakukan kegiatan apapun dimasyarakat”. (Selasa, 10 Mei 2022, Pukul 19.00 WIB).

Senada dengan pendapat yang diutaran oleh timsukses paslon 01, Maulana dalam hasil wawancara beliau mengatakan:

“kami hanya melakukan hal-hal dalam jangkauan kita mas, kan kita ini sebagai penantang, jadi kami hanya memanfaatkan jaringan kita, setidaknya bu rina pernah punya jejak disini mas, kami hanya memanfaatkan itu saja mas, karna melawan petahana ini kan berat sekali mas.” (Rabu, 04 April 2022, Pukul 20.00)

Dari informasi diatas dapat diketahui dan di analisis bahwa publisitas murni masih menjadi faktor yang mendorong pemilih untuk dapat memberikan dukungan politiknya atas kedekatan. Tentu saja ini menjadi sebuah modal dari suatu paslon untuk bisa memobilisasi massa. Namun persoalan publisitas murni ini kerap dijadikan sebagai alat untuk meraih kekuasaan serta untuk melemahkan paslon yang lain.

Penelitian ini juga di dukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (R. Kurniawan 2018) yang menyebutkan strategi pemenangan petahana dalam pemilihan kepala daerah kabupaten kerinci tahun 2018. Pencitraan yang digunakan tentang visi, misi dan program kerja, promosi dan mampu menempatkan diri di setiap lapisan masyarakat. Berdasarkan hal tersebut persoalan pencitraan politik masih kerap digunakan dalam panggung atau dunia politik karena untuk memikat dan memperkenalkan secara individu dengan berbagai macam cara.

Pemilukada Kabupaten Way Kanan juga tidak bisadi lepaskan dalam persoalan pencitraan politik. Setiap kandidat yang berlatar belakang apapun pemanfaatan pencitraan politik sebagai suatu cara untuk mendapatkan kekuasaan dan mempertahankan kekuasaan dilakukan oleh kandidat baik melalui selebaran banner, poster, kaos, stiker baik di media massa maupun dalam banner yang berukuran besar/kecil atau melalui media sosial dan media masa dalam upaya sebagai iklan politik.

Hasil observasi saya secara langsung dengan melihat teori ini lebih condong dimanfaatkan oleh petahana dalam hal ini paslon nomor urut 02 Adipati-Ali Rahman. Dengan kondisi dan posisi sebagai petahana, dimanfaatkan betul oleh Adipati untuk terus promosi dirinya. Dengan memanfaatkan sumberdaya mudah saja melakukan apapun yang berhadapan langsung dengan masyarakat, amnil saja contoh ketika panen raya di Kecamatan Buay Bahuga, lalu ada lagi organisasi mahasiswa Way Kanan Yng sedang kuliah di luar daerah salah satunya di jogja setiap kegiatan beliau selalu menyempatkan diri untuk menyapa mahasiswa di jogaj, atau di Bandar Lampung timsukses Adipati sempat mengumpulkan mahasiswa dari Way Kanan yang sedang berkuliah di Bandar Lampung.

2. Free Ride Publicity (Publisitas Memanfaatkan Pihak Lain)

Publisitas dengan cara memanfaatkan akses atau menunggangi pihak lain untuk turut memopulerkan diri. Hal ini biasanya dilakukan setiap calon agar mendapatkan perhatian dan lebih mencolok di pandang oleh masyarakat. Kegiatan ini biasanya berupa menghadiri atau menggerakkan suatu organisasi kemasyarakatan ataupun kelompok-kelompok masyarakat yang di anggap berpengaruh untuk citra dirinya. Gerakan ini sering sekali dilakukan oleh calon dengan harapan banyak yang tahu dirinya, tidak hanya itu harapan lebih jauh agar dapat maraup suara yang lebih dari masyarakat.

Memanfaatkan atau menunggangi pihak lain oleh para calon untuk dapat lebih memudahkan mobilitas dan jangkauan kemasyarakat, tidak hanya itu dengan menunggangi ini dapat dimanfaatkan oleh para calon untuk bisa membantu pendaan oraganisasi atau kelompok dengan kata lain saling membutuhkan dan saling memanfaatkan. Hal ini di sampaikan oleh jurukampanye paslon 02 sairul sidq, beliu mengatakan:

“Kami meperkenalkan Adipati saat itu berangkat dari kalangan organisasi, ormas-ormas kami masuki semua, baik muhamadiyah, NU dll yang ada disini. Setiap agenda ormas kita masuk dan ikut terlibat. Kami juga mengundang dan bersilaturahmi berbicara soal konsep Way Kanan kedepan yang kami jual pada mereka dan sosok Adipati yang tepat untuk membawa konsep itu”. (Senin, 09 Mei 2022. Pukul 19.00 WIB).

Senada yang di sampaikan oleh timses nomor urut 01, Maulana dalam wawancara beliau mengatakan :

“Posisi pak Juprius ketika itu tak banyak yang kenal atau tahu, jika bu Rina ya sudah banyak yang tahu, karna beliau istri dari bupati dulu kan. Nah, dari itu kami mencoba mengenalkan pak Juprius dari ormas ke ormas, salah satunya NU lewat Fatayat, apa lagi bu Rina sempat terlibat di dalamnya”. (Rabu, 04 April 2022, Pukul 20.00)

Pendapat yang sama juga diutarakan oleh Tokoh Agama Kabupaten Way Kanan dari organisasi masyarakat NU. K.H Rofi`ul Bashori, ANS beliau mengatakan :

“betul mas setiap paslon itu datang kesaya, terlebih saya juga punya pondok pesantren, mereka semua datang kesini mas, ya begitu lah mas menyampaikan mohon doanya pada intinya mereka meminta dukungan dan saya diminta untuk mengarahkan khususnya NU di way kanan ini memilih dengan janji-janji nya mas”. (Rabu, 11 Mei 2022 Pukul 09.00 WIB)

Hal senada juga di utarakan oleh Dedi Iskandar, Ketua Pemuda Muhamadiyah Kab. Way Kanan dalam hasil wawancara beliau mengatakan :

“iya mas, semua calon memang mendatangi kami tapi pertemuan kami formal mas, mereka ingin mengetahui apa keinginan dari masyarakat di bawah, karna anggota kami kan dari berbagai kecamatan ya mas”. (Senin, 09 Mei 2022, Pukul 10.00 WIB).

Pencitraan politik terhadap kelompok dan organisasi tertentu telah di pilih oleh paslon kepala daerah Kabupaten Way Kanan hal yang tak kalah penting yaitu strategi dalam melakukan pencitraan politiknya. Dalam menentukan pilihan pemasangan dan atribut kampanye yang menggunakan slogan dan visi-misi lebih berhati-hati dalam memasang atribut peraga kampanyenya karena harus di sesuaikan dengan tempat tertentu dan kondisi warga masyarakat yang akan menjadi basis untuk dapat memobilisasi warga. Tak jarang pula dalam penyampaian pesan kampanye harus sesuai dengan keinginan masyarakat setempat. seperti yang di utarakan oleh juru kampanye paslon nomor urut 02 Sairul Sidiq dalam hasil wawancara :

“ Ketika kami menemui masyarakat, atau kami mengundang ormas itu kami harus berbicara soal permasalahan yang ada disekitar lingkungan nya, karna saat ini kondisi masyarakat di Way Kanan setiap daerah atau kecamatan itu ada yang sama ada juga yang beda, kami juga harus bisa membaca itu mas”. (Senin, 09 Mei 2022. Pukul 19.00 WIB).

Pendapat yang sama juga diutarakan oleh tim sukses kordinator kecamatan paslon nomor urut 01 Maulana yang mengutarakan sebagai berikut :

“ Ketika rapat untuk menyukseskan pemenangan pak Juprius saya sampaikan bahwa hasil ketika saya survei setiap kecamatan itu keinginan mereka beda-beda mas, ada yang mau jalan bagus, ada yang bilang pelayanan baru bahkan ada juga ada yang bilang ingin bantuan dan perhatian yang gak mampu.” (Rabu 04 April 2022, Pukul 20.00)

Berdasarkan data diatas dapat diketahui dan dianalisis bahwa pemanfaatan pihak lain sangat dimanfaatkan oleh paslon yang mengarah pada aktivitas dimasyarakat, memanfaatkan akses pihak lain ini untuk mempopulerkan diri yang digunakan oleh setiap paslon Kabupaten Way Kanan. Mulai membentuk *personal*

branding yang bisa di kenal oleh masyarakat hingga menggunakan atribut dan simbol yang condong dengan kedaerahan. Kedaerahan sebagai sarana komunikasi yang digunakan oleh setiap calon tentu saja ditujukan kepada pemilih supaya pesan kampanye mereka dengan menggunakan kedaerahan bisa langsung diterima dan dapat mempengaruhi persepsi pemilih terutama pemilih mayoritas yaitu pemilih yang berafiliasi dengan organisasi masyarakat atau kelompok masyarakat tertentu.

Pemilih di Kabupaten Way Kanan yang mayoritas penduduknya pendatang membuat para paslon memfokuskan kepada organisasi atau kelompok masyarakat, namun untuk pemilih pemula atau milenial digunakan cara yang lain-lain oleh setiap paslon. Seperti yang di utarakan oleh Anggota DPRD Provinsi Lampung dari partai Demokrat timsukses paslon nomor urut 2 Deni Ribowo dalam wawancara beliau mengatakan:

“Kami menggunakan lembaga survey mas, supaya kita tahu sudah seberapa jauh kepuasan masyarakat terhadap kinerja Adipati, daerah yang belum tersentuh program Adipati juga kita bisa tahu mas, kemudian kita bisa memetakan daerah mana saja yang mesti kita temui langsung, ya setiap kelompok-kelompok masyarakat disana kami datangi mas dan kami berikan program seperti halnya pengembangan umkm.”(Minggu 15 Mei Pukul 22.00 WIB).

Hal senada juga di utarakan oleh Dedi Iskandar, Ketua Pemuda Muhammadiyah Kab. Way Kanan dalam hasil wawancara beliau mengatakan :

“ iya mas, semua calon memang mendatangi kami tapi pertemuan kami formal mas, mereka ingin mengetahui apa keinginan dari masyarakat di bawah, karna anggota kami kan dari berbagai kecamatan ya mas”. (Senin, 09 Mei 2022, Pukul 10.00 WIB)

Pemanfaatan organisasi atau kelompok masyarakat dalam kampanye memang akan menjadi modal yang bagus sekaligus juga bisa menjadi kelemahan buat paslon pemilukada Kabupaten Way Kanan. Dari pendapat di atas bahwa organisasi masyarakat bukan serta merta bisa menjadi faktor utama untuk dapat memenangkan pemilihan. Diperlukan pertimbangan yang matang dalam setiap keputusan, sentimen organisasi masyarakat juga akan membuat masyarakat yang lain menjadi di beda-bedakan.

Pendapat yang lain juga diutarakan oleh Sairul Sidiq tim sukses paslon nomor urut 02. Dalam hasil wawancara beliau mengatakan :

“Saya sebagai juru kampanye Adipati harus Sangat berhati-hati mas saat berhadapan dengan setiap ormas yang kami temui, baik itu Muhammadiyah atau NU, karna setiap yang saya utarakan akan menjadi janji pada ormas itu mas, dan itu saya tak ingin membedakan setiap ormas, tetap saya berbicara soal visi-misi dan program kerja dan mendengarkan apa keinginan mereka.” (Senin, 09 Mei 2022. Pukul 19.00 WIB)

Senada dengan pendapat tersebut hal yang sama juga disampaikan oleh timses paslon nomor urut 01. Maulana beliau mengatakan:

“kami masuki setiap ormas mas, bahkan kami mendata pentolan dari oramas itu yang kami anggap bisa membantu kami untuk memenangkan pak Juprius dan bu Rina, ya kami menjual program perbandingan kami dari petahan mas, dari apa yang belum kecapai kami memanfaatkan itu, misal jalan rusak, soal bantuan dll mas.

(Rabu 04 April 2022, Pukul 20.00). kampanyenya menggunakan strategi untuk membangun ketokohan dan hal itu memanfaatkan organisasi yang ada di Way Kanan, artinya ketua tim sukses Deni Ribowo mecoba untuk publisitas dengan cara memanfaatkan akses atau menunggangi pihak lain untuk mempopulerkan diri. Artinya untuk membangun citra paslon haru melalui kegiatan keorganisasian yang dianggap efektif, selain memudahkan untuk masa untuk meyatukan secara pemahaman tidak terlalu sulit.

Hasil pengamatan peneliti dilapangan, berdasarkan teori ini, semua paslon melakukan hal tersebut, untuk mempromosikan dirinya berdasarkan apa yang ada. Paslon 01, dalam hal ini Rina Marlina yang terus bergerak mendatangi beberapa simpatisan terdahulunya dan ikut di beberapa pengajian kelompok pengajian ibu-ibu kecamatan disetiap hari jumatnya tak hanya itu, beliau juga memobilisasi anggota Fatayat NU untuk ikut dalam setiap agenda organisasi tersebut. Tak terlepas dari paslon 02 yang memang masih memegang “kekuasaan” maka dapat lebih mudah untuk dapat memanfaatkan ini. Sesuai pengamatan peneliti, paslon 02 memang sangat meemanfaatkan situasi, ambil saja contoh dari mulai karang taruna, KNPI dan kader PKK dimanfaatkan betul oleh Adipati surya. Ketua karang taruna saat itu di jadikan juru kampanye Adipati, dan kegiatan Karang Taruna melibatkan Adipati, begitu juga dengan KNPI, kegiatan sosial KNPI pun tak lepas dari kendali Adipati, tak terkecuali dengan PKK, yang sangat jelas ketuanya adalah istri dari Adipati itu sendiri secara otomastis apapun gerakan PKK tak lepas dari Adipati dan saat itu ada kunjungan PKK di setiap kecamatan.

3. Paid Publicity (Publisitas Dengan Program Lain)

Komunikasi dan pemilihan bahasa yang menonjolkan kedaerahan juga dapat menjadi cara yang menentukan dalam memepengaruhi pemilih karna ketika berinteraksi didepan baik itu ketika bertatap muka, atau hanya lewat sosial media dan lewat baleho dan banner yang memungkinkan paslon untuk bergaya atau menampilkan peran moralnya yang menunjukkan kewibawaan dan ketokohan nya. Sementara itu bahasa yang di pakai untuk banner dan baliho yang menggunakan bahasa daerah atau yang lebih soft yang dapat dimengerti oleh masyarakat. Tim paslon harus memiliki keputusan taktis yang matang semacam ini untuk mencapai setiap tujuan strategis. Keputusan-keputusan tersebut tergantung pada pengenalan

ruang lingkup Paslon, kerangka prasyarat, dan kemampuan pribadi. Perencanaan strategi ini hendaknya tidak hanya direncanakan dari tingkat strategis, melainkan oleh faktor yang terlibat yang langsung berada di tingkat teknis, karena pada poin ini pengetahuan yang dibutuhkan.

Strategi oleh tim paslon mengarah pada citra yang dibangun untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat pada paslon tersebut. Untuk memperkenalkan suatu produk pada masyarakat luas perlu menggunakan metode secara efektif dan efisien, dengan mempersiapkan strategi pencitraan politik untuk kemenangan. Program lain yang dilakukan adalah promosi melalui media yang dilakukan para paslon dengan menggunakan berbagai macam strategi untuk meningkatkan citra dalam kampanye politiknya yang termuat dalam spanduk, stiker, banner, media masa dan media sosial serta. Dalam hasil wawancara dengan ketua tim sukses paslon nomor Urut 2, Deni Ribowo, S.E. yang kini menjadi anggota DPRD Provinsi mengungkapkan:

“Saya berusaha bagaimana caranya masyarakat bisa tahu dulu dengan Adipati, kemudian jika masyarakat sudah tahu kemudian saya megebom dari darat dan udara dengan cara memasang banner, billboard, menggunakan media masa, kemudian menggunakan media sosial dan Adipati di dorong untuk aktif dalam segala kegiatan organisasi”. (Minggu, 15 Mei 2022 Pukul 22.00 WIB)

Sama hal yang dikatakan juru kampanye paslon nomor urut 2, Sairul Sidiq kini menjadi anggota DPRD Kabupaten Way Kanan :

“Kami memperkenalkan Adipati saat itu berangkat dari kalangan organisasi, ormas-ormas kami masuki semua, baik muhamadiyah, NU dll yang ada disini. Setiap agenda ormas kita masuk dan ikut terlibat. Kami juga mengundang dan bersilaturahmi berbicara soal konsep Way Kanan kedepan yang kami jual pada mereka dan sosok Adipati yang tepat untuk membawa konsep itu”. (Senin, 09 Mei 2022. Pukul 19.00 WIB)

Dari hasil informasi tersebut dapat dijelaskan sentiment dalam kampanyenya menggunakan strategi untuk membangun ketokohan dan hal itu memanfaatkan organisasi yang ada di Way Kanan, artinya ketua tim sukses Deni Ribowo mencoba untuk publisitas dengan cara memanfaatkan akses atau menunggangi pihak lain untuk mempopulerkan diri. Artinya untuk membangun citra paslon haru melalui kegiatan keorganisasian yang dianggap efektif, selain memudahkan untuk masa untuk meyatukan secara pemahaman tidak terlalu sulit.

Pencitraan politik tidak hanya dilakukan dikalangan ormas tertentu, namun memanfaatkan media sosial juga untuk mempromosikan paslon. Seperti yang disampaikan oleh tim sukses paslon 02 dalam strategi kampanyenya yaitu yang Deni Ribowo beliau mengatakan :

“Strategi yang saya dan tim gunakan untuk menggaet kalangan muda ya dengan media sosial, nah untuk itu saya terus mendorong untuk beberapa tim saya yang ditugaskan untuk itu, termasuk terus membuat akun ig dan facebook adipati ini buat banyak pengikutnya dan lagi penggunaan bahasa yang soft yang dapat di pahami”. (Minggu, 15 Mei Pukul 22.00 WIB)

Pencitraan politik juga dilakukan oleh tim sukses paslon nomor urut 01, Maulana, beliau mengatakan:

“Sekarang kan masyarakat khususnya di way kanan sudah banyak yang melek internet mas, dan juga paham lah menggunakan sosmed, kami melihat banyak yang menggunakan Facebook dan juga Instagram, kami juga memanfaatkan hal itu mas untuk membangun citra pak Juprius selain bertemu langsung dengan masyarakat (Rabu, 04 April 2022, Pukul 20.00). Berdasarkan hasil penelitian diatas pencitraan politik dari kedua pasangan calon dalam strategi kampanye dalam pemilukada Kabupaten Way kanan pada Tahun 2020 digunakan untuk dapat meraih suara berdasarkan simpati masyarakat. Pencitraan politik dimanfaatkan untuk kepentingan paslon yang digunakan untuk dapat simpati, karena dengan pencitraan dapat membuat pemilih mempertimbangkan pilihannya yang berdasarkan suka dan tidak suka. Penelitian ini juga mendapatkan suatu dukungan yang sama seperti penelitian yang di lakukan oleh (Tasya Maurhena Pusparimb Dkk, 2021) penelitian ini menyebutkan bahwa persoalan pencitraan politik menjadi bahan pertimbangan oleh setiap pemilih. Keberadaan kelompok-kelompok atau organisasi mampu dimanfaatkan oleh para calon dengan cara menggunakan pendekatan-pendekatan sebagai tempat atau basis mendulang suara. Adanya sosial media dapat dimanfaatkan untuk mendekatkan pada masyarakat untuk memilih. Selain itu terdapat dukungan dari kelompok atau organisasi seperti mensosialisasikan kembali dan mengajak keluarga untuk memilih salah satu pasangan calon. Sementara itu dari adanya kedekatan pada kelompok ini menjadi sebuah kekuatan untuk mendapatkan dukungan suara. Sementara itu, dalam tahapan pembelian program masing-masing calon melakukan kerjasama dengan kelompok profesi yaitu jurnalistik lokal yang dimana untuk memberitakan hal-hal yang dianggap baik oleh calon yang akan di konsumsi oleh masyarakat dalam kerja sama ini dimanfaatkanya beberapa kelompok wartawan dengan berbagai media lokal. Kemudian untuk pembayaran lainnya yaitu pemasangan bilbord atau baleho dalam setiap kecamatan. Hal ini dilakukan untuk dapat dilihat oleh masyarakat akar rumput, karna jika hanya menggunakan atau memanfaatkan internet saja tidak cuku untuk menjangkau keseluruhan.

Dengan berbagai organisasi atau kelompok yang ada di Way Kanan, maka terjadi persaingan antar paslon dalam momentum pemilukada, dimana paslon memanfaatkan sumber daya yang ada seperti organisasi

masyarakat atau kelompok masyarakat untuk tempat paslon tampil bahwa ia ingin menunjukkan kepada masyarakat yang memiliki kesamaan dengan masyarakat untuk membangun eksistensi dari kelompok tersebut. Dengan usaha seperti itu, paslon mengharapkan masyarakat memberikan kepercayaannya bahwa harus ada wakil yang dapat membuat perubahan di Way Kanan untuk menduduki jabatan kekuasaan.

Elit politik yang ingin mendapatkan kekuasaan pada suatu daerah dapat memanfaatkan adanya kelompok-kelompok atau organisasi yang ada. Maka untuk menarik perhatian dan mendapatkan dukungan dari masyarakat, para kandidat melakukan pendekatan-pendekatan dengan perkumpulan dari kelompok atau satu organisasinya sendiri maupun dengan kelompok lain, dengan begitu masyarakat yang berasal dari organisasi yang lain merasa adanya kedekatan dan kepercayaan terhadap paslon, dengan tujuan untuk mendapatkan dukungan dari dari kelompok atau organisasi. Sementara untuk kelompok atau organisasi yang lain dilakukan dengan pendekatan yang berbeda sesuai dengan keinginan yang menjadi suara organisasi atau kelompok tersebut.

Dengan pencitraan politik terhadap organisasi atau kelompok dan juga di sosial media tersebut para paslon akan mendapatkan respons yang baik dari masyarakat, untuk mendapatkan respon simpati dapat menggunakan program kerja visi kedepan dan kelompok-kelompok partisipan yang diikuti, dengan harapan slogan yang menggambarkan program kerja tersebut bisa mempengaruhi kelompok-kelompok yang ada. Paslon mengembangkan pencitraan politik untuk memasarkan dirinya maupun idenya biasanya dengan menggunakan sosial media dan billboard atau slogan yang dirangkum dalam pesan politik sebagai sebuah strategi pencitraan dalam sebuah kegiatan pemilihan.

Pencitraan politik yang digunakan oleh paslon pemilukada Kabupaten Way Kanan yang telah dirancang baik yang menggunakan strategi tentu akan menjadi tantangan tersendiri dari calon itu sendiri baik dari petahana maupun dari penantangannya sendiri karena itu adalah konsekuensinya yang berebut suara masyarakat. Namun, ada beberapa titik yang harus ditemui langsung secara intensif oleh masing-masing tim sukses paslon.

Berdasarkan data diatas dapat diketahui dan dianalisis bahwa pencitraan politik yang mengarah pada aktivitas dimasyarakat, memanfaatkan akses pihak lain untuk mempopulerkan diri & promosi melalui media-media yang digunakan oleh setiap paslon Kabupaten Way Kanan memiliki sebuah perencanaan yang sama penanganannya. Mulai membentuk *personal branding* yang bisa di kenal oleh masyarakat hingga menggunakan atribut dan simbol yang condong dengan kedaerahan. Kedaerahan sebagai sarana komunikasi yang digunakan oleh setiap calon tentu saja ditujukan kepada pemilih supaya pesan kampanye mereka dengan menggunakan kedaerahan bisa langsung

diterima dan dapat mempengaruhi persepsi pemilih terutama pemilih mayoritas yaitu pemilih yang berafiliasi dengan organisasi masyarakat atau kelompok masyarakat tertentu.

4. *Tie In Publicity* (**Publisitas Terhadap Kejadian di Masyarakat**)

Kebanyakan para politikus di Indonesia banyak yang memanfaatkan momen-momen bencana untuk keinginan pribadi. Dalam kondisi banjir yang terjadi di wilayah Indonesia, misalnya memberikan beberapa bantuan berupa material maupun immaterial. Terkait dengan material, bantuan diberikan berupa uang tunai, tempat pengungsian, pakaian, dan kesehatan. Sedangkan dalam bidang immaterial bantuan diberikan dalam bentuk janji-janji yang mampu mengukuhkan hati masyarakat, kadang hanya untuk mencari atau mendekati masyarakat sebagai eksistensi bagi politikus yang telah memberi bantuan. Untuk itu, masyarakat lebih antusias menangani sendiri permasalahan bencana yang sedang terjadi, dengan harapan bencana yang sama tidak terulang kembali. Artinya, masyarakat mampu menanggulangi sendiri bencana yang terjadi di daerah pemukiman mereka.

Pada saat pemilukada 2020 di Way Kanan terjadi bencana yang dialami Indonesia yaitu Covid-19, termasuk di Kabupaten Way Kanan dilanda bencana. dan itu dimanfaatkan untuk berkampanye untuk paslon mencari perhatian dari masyarakat atau membangun citra. Hal ini sesuai apa yang di sampaikan oleh timses paslon 01 Maulana, dalam wawancara mengatakan:

“memang pilkada sekarang agak berat mas, karena ada covid itu ya, jadi semua pergerakan di batasi mas, tapi tidak menutup untuk kami bergerak mas meskipun terbatas ya, bahkan kami juga memanfaatkan itu semisal bagi masker mas”.

Senada juga yang disampaikan oleh timses 02, Sairul Sidiq. Dalam wawancara mengatakan:

“ya mas, sebnernya kita kita tidak terlalu sulit mas untuk kampanye di rounde ke 2 ini. Justru dengan keadaan seperti ini, kita bisa memanfaatkan dengan baik mas, ya artinya sembari kita mengkampanyekan pencegahan penyakit ini ya kami juga sisipkan pesan politik mas, apalagi adipati posisinya masi bupati mas”.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka kesimpulan yang dapat di ambil yaitu pemanfaatan pencitraan politik pada kampanye pemilukada Kabupaten Way Kanan Tahun 2020. Pemanfaatan pencitraan politik berangkat dari oraginasi masyarakat atau kelompok masyarakat tertentu di tambah lagi dilakukan di media sosial dan di media massa.

Paslon pemilukada di Way Kanan Tahun 2020 menggunakan strategi dan taktik pada pemanfaatan organisasi ke masyarakat dan kelompok agama untuk menaikkan citra paslon. Paslon nomor urut 01, secara pembangunan citra masih dianggap gagal, karna dianggap banyak orang tidak tahu soal Japrius artinya membangun citranya tidak offensif. Disisi lain paslon nomor urut 02, memiliki tim sukses yang solid membangun citra secara offensif maupun defensif, terlebih sebagai petahana memiliki sumber daya yang dapat diberdayakan untuk menaikkan citra.

Pencitraan politik selain seting sosial, ataupun menunggangi kelompok tertentu itu masih dilakukan dari kedua paslon ini. Seperti yang dilakukan paslon nomor urut 01 Juprius-Rina, pasangan ini memanfaatkan sebagian simpatisan Rina yang ada di fatayat NU untuk mengakomodir suara Fatayat untuk bisa memilih beliau. Kemudian dari paslon nomor urut 02 yang notabennya petahana dapat memanfaatkan dari semua segi, seperti pertemuan dengan ormas, masuk pada organisasi kepemudaan dll yang dianggap bisa menaikkan citra adipati.

B. Saran

Hasil penelitian terhadap pencitraan politik pada pemilukada Kabupaten Way Kanan Tahun 2020, menunjukkan beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk pembenahan kedepannya yaitu sebagai berikut :

1) Saran Teoritis

Perlu adanya kajian lebih lanjut mengenai teori pencitraan politik dan dalam setiap pemilu dan pemilihan bupati dan wakil bupati, gubernur dan wakil gubernur supaya penggunaan pencitraan politik dapat digunakan secara baik dalam demokrasi baik di tingkat nasional dan di tingkat lokal serta ancaman yang ditimbulkan dengan seringnya elit politik menggunakan pencitraan politik akan menimbulkan polarisasi di masyarakat. Kemudian dengan teori yang di gunakan oleh peneliti saat ini masih sangat relevan dengan kondisi saat ini

2) Saran Praktis

Perlu melakukan pendidikan politik kepada masyarakat supaya masyarakat tidak dengan mudah memilih berdasarkan pencitraan semata, melainkan harus terlebih dahulu mendengarkan program kerja dan visi misi dari setiap calon sebelum menentukan pilihan.

Perlu adanya pendidikan politik dari partai politik untuk memberikan pengarahan kepada setiap kadernya untuk tidak menggunakan pencitraan politik yang berlebihan dalam setiap pemilihan melainkan harus dengan program kerja, serta visi misi yang jelas untuk mempengaruhi pemilih, bukan berdasarkan pencitraan semata.

DAFTAR PUSTAKA

- Azhar, Anang Anas. *Pencitraan Politik Elektoral: Kajian politik Segitiga PAN Dalam Merebut Simpati Masyarakat*. Yogyakarta: Atap Buku Yogyakarta, 2017
- Barakso, Maryan, Daniel, M. S., & Scaffner, B. (2014). *Understanding Political Science Research Methods : The Challenge of Inference*. Routledge.
- Bungin, B. (2015). *Analisa Data Penelitian Kualitatif*. Rajawali Pers.
- Bungin, B. (2007). *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Kencana : Jakarta
- Fuad, Anis, & Nugroho, K. S. (2014). *Panduan Praktis Penelitian Kualitatif*. Graha Ilmu.
- Gelder, S. V. (2012). *Global Brand Strategy : Unlocking Brand Potential Across Countries*. London: Kogan Page.
- Howard, P. N. (2006). *New Media Campaigns and the Managed Citizen*. United States: Cambridge University Press.
- Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta
- Johnson, D. W. (2009). *Routledge Handbook of Political Management*. New York: Routledge
- Journal*. Taylor & Francis Journal of Political Marketing , 14(1-2), 7-18.
- Miles., Mathew, B. A., & Huberman, M. (2014). *Analisis Data Kualitatif*. UI Press.
- Moleong, & Lexy. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Narbuko, C., & Achmadi, A. (2016). *Metodologi Penelitian*. PT Bumi Aksara.
- Nursal, A. (2004). *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riewanto, Agust. (2007). *Jurnal Demokrasi dan HAM, Demokrasi dan Pilka*. Lembaga Studi Agama dan Budaya : Wonogiri
- Satori, D., & Komariah, A. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Refika Aditama.
- Sudaryono. (2017). *Metode Penelitian*. Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Suharsaputra, U. (2014). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*. Refika Aditama.

Suhendra, A. (2014). Senjata Barudalam Ruang Politik
:Konstruksi Sosial penggunaan Jejaring Sosial
Online dalam Pemilihan Kepala Daerah DKI
Jakarta 2012. *Jurnal. Sejarah dan Budaya*
Universitas Malang, 1-12