

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Maraknya pesta demokrasi di kota Bandung dalam Pemilihan Walikota Bandung yang dilakukan dalam kurun waktu empat tahun sekali, adalah suatu bentuk kesadaran berpolitik khususnya dari masyarakat Bandung yang demokratis. Kalau saja kita mendengar kata politik terkadang selalu menarik untuk dibicarakan, dalam ranah ini khususnya politik, salah satu bentuknya adalah pilkada, sebagai wujud demokratisasi yang ada di Indonesia, khususnya kota Bandung.

Untuk memilih pemimpin daerah masing-masing dengan menempatkan pemahaman bahwa tiap daerah kota atau provinsi, berhak untuk menentukan kepala daerahnya sendiri, dikarenakan pemerintah memberikan kebebasan bertanggung jawab pemberdayaan otonomi daerah dalam arti menjunjung tinggi gagasan mengenai partisipasi rakyat yang mempunyai dasar ideologi bernegara, bahwa rakyat berhak turut menentukan siapa yang akan menjadi pemimpin yang nantinya menentukan kebijakan umum dan demi kemajuan daerahnya itu sendiri.

Pemilihan walikota dilakukan berdasarkan pada prinsip pemungutan suara, yang diawasi langsung oleh komisi pemilihan Umum Daerah (KPUD). Pemungutan suara ini melibatkan masyarakat Bandung dalam menentukan Walikota yang akan memimpin Kota Bandung selanjutnya di periode 2013- 2018. Proses pelaksanaan pemilihan kepala daerah meliputi aspirasi masyarakat dalam

mengekspesikan pilihannya kepada calon yang sesuai dengan hati nurani rakyat. Pilkada menempatkan para calon bupati, walikota dan gubernur yang mewakili keberadaan masyarakat di wilayah masing-masing.

Dalam pilkada saat ini untuk pasangan Ridwan Kamil dan Oded bakal calon Walikota Bandung periode selanjutnya. Untuk memimpin Bandung periode 2013-2018, di dalam pemilihan Walikota Bandung ini, sangat cukup mengejutkan warga Bandung dengan kehadiran sosok seorang Ridwan Kamil yang mencalonkan menjadi Walikota Bandung, karena Ridwan Kamil berasal dari pemilih independe asal mulanya bukan dari seorang politikus, bahkan beliau adalah seorang arsitek muda yang hebat dan kreatif dan seorang dosen di salah satu perguruan tinggi negeri. Suatu fenomenal yang baru untuk sebuah calon pejabat khususnya daerah Bandung.

Sesuai dengan aturan/regulasi pilkada, Ridwan Kamil tidak bisa mencalonkan diri sebagai Walikota secara independen, karena sepanjang sejarah pencalonan dari kalangan independen kemungkinan untuk menang kecil, dikarenakan tidak ada dukungan partai politik, yang mendukung hanya masyarakat non partisipan saja. Maka dari itu, Ridwan Kamil memilih partai Gerindra sebagai kendaraan motor politiknya untuk naik ke kursi pencalonan pemilihan walikota. Pada pelaksanaannya, kendaraan ini tidak hanya berfungsi sebagai alat masuk politik saja, melainkan juga sebagai mesin yang berkerja untuk mengumpulkan dukungan rakyat. Selain Gerindra, PKS juga menjadi basis dukungan untuk Ridwan Kamil dan partai politik inilah yang juga membentuk tim

sukses yang diharapkan akan bisa membantu calon agar menang dalam pilkada Bandung.

Keterlibatan tim sukses dalam merebut suara pemilih memiliki peran sangat penting, karena tim sukses lah yang berperang turun langsung ke masyarakat untuk mempromosikan calon yang hendak diangkatnya, baik melalui media atau secara langsung, melalui tim sukses masyarakat dengan mengenal sosok pemimpinnya secara langsung dalam interaksi sosial yang akan terjadi maupun tim sukses tidak hanya mengenalkan Ridwan Kamil secara internal, adapun yang dilakukan kampanye melalui media *online* internet yang dilakukan salah satunya melalui media sosial twiter untuk memberitahukan kepada masyarakat Bandung tentang visi dan misi Ridwan Kamil agar masyarakat lebih mengenal dengan dengan secara personal di dalam dunia maya.

Definisi mengenai tim sukses lebih bersifat praktis, dalam arti penulis tidak menemukan kajian definitif mengenai tim sukses, dalam suatu literatur diungkapkan bahwa tim sukses adalah “Tim adalah kelompok yang usaha-usaha individualnya menghasilkan kinerja lebih tinggi dari pada jumlah masukan individual. Tim bisa melakukan berbagai hal seperti membuat produk, memberikan jasa, menegosiasikan berbagai perjanjian, mengoordinasi proyek-proyek, memberikan nasihat, dan membuat keputusan. sekumpulan individual yang disatukan dengan baik oleh pemimpin mereka yang menuju pada suatu tujuan yang sama”¹. Dari pengertian tersebut maka bisa dikumpulkan bahwa keberhasilan Ridwan Kamil pada pemilihan walikota periode 2013/2018 tidak

¹ <http://id.wikipedia.org/wiki/Tim> diakses 26 November 2013, pukul 12.30 WIB

terlepas dari peran tim sukses yang ikut mengenalkan sosoknya kepada masyarakat Bandung.

Dalam aplikasi, tim sukses tidak hanya berhenti ketika bakal calon yang diusung telah berhasil terpilih, tiap partai politik yang terdaftar secara administratif oleh menteri kehukuman Indonesia berhak mengajukan calonnya masing-masing, termasuk salah satu diantaranya adalah partai yang mengusung sosok Ridwan Kamil yaitu Gerindra (Gerakan Indonesia Raya). Oded dari partai PKS (Partai Keadilan sejahtera). Partai politik ini juga yang membangun tim sukses sebagai agen kehumasan dari calon yang akan dikenalkan kepada masyarakat, tim sukses berperan langsung untuk mengembangkan sistem jaringan kepada lapisan-lapisan masyarakat yang berkaitan. Tim sukseslah yang menggoda gagasan atau isu yang diperlukan dijual ke tengah masyarakat. Menetapkan strategi dan taktik termasuk dalam merenspon kritik yang diarahkan kepada partai politik dan kadidatnya.

Bahwa komunikasi dan politik saling mencangkupi, kedua bidang disiplin ilmu ini kemudian menyatu menjadi komunikasi politik,

“Komunikasi dan politik menjadi komunikasi politik, pada hakikatnya berpadu atau bertemu pada dua titik, yaitu: (1) *pembicaraan* dan (2) *pengaruh dan mempengaruhi*. Politik adalah komunikasi, karena sebagian besar kegiatan politik dilakukan dengan *pembicaraan* sebagai salah satu bentuk komunikasi. Sebaliknya komunikasi adalah politik, karena hampir semua komunikasi bertujuan *mempengaruhi* sebagai salah satu dimensi politik. Justru itu dapat dirumuskan bahwa komunikasi politik adalah, pembicaraan yang bertujuan mempengaruhi dalam kehidupan bernegara. (Arifin: 2011: 8).

Dalam keberhasilan calon walikota menjelang Pilkada 2013, tim sukseslah yang berperan langsung dalam membangun strategi komunikasi politik,

kandidatnya kepada masyarakat agar terciptanya citra positif Ridwan kamil yang akan mempengaruhi proses pemungutan suara pemilihan umum, guna mencapai tujuan politik pada masa depan

Kalau sudah ada namanya tim sukses pasti mempunyai strategi-strategi komunikasi politik yang dilakukannya, dengan seiringnya berkembangnya zaman pada era globalisasi, maka semakin canggih pula teknologi yang berkembang seperti media elektronik, media cetak dan media *online*. Maka dari itu, memudahkan para calon kandidat untuk berkampanye dan kesadaran global akan hak asasi manusia di antara begitu banyak hal yang membentuk pola-pola interaksi baru berpolitik di zaman sekarang ini. Metode yang digunakan berpolitik pun mesti disesuaikan dengan dunia politik sekarang ini dengan gerak perubahan zaman.

Kita melihat sedikit ke belakang pemilihan umum tahun 2009 merupakan Pemilu paling ramai diwarnai kampanye lewat media internet salah satunya dengan melahirkan media sosial seperti Twitter. Salah satu yang sukses di luar negeri kampanye dengan media sosial Twitter adalah Barrack Obama telah memanfaatkan media internet sebagai alat kampanyenya dengan sangat efektif, Obama mengangkat Chris Hughers sebagai manajer kampanye berbasis internet dengan membuat situs (*website*) khusus dan mengoptimalkan penggunaan media sosial seperti *MySpace*, *Twitter*, *Facebook* dan *Plurk*, melalui internet, tim obama berhasil merebut 218 juta pengguna internet dana sebanyak US 659,7 juta dollar atau setara Rp. 6,9 triliun (Tabroni 155:2012). Sungguh sangat mengejutkan

dengan yang kita lihat keberadaan media sosial saat ini. Penggunaan internet saat ini adalah

“Internet menjadi strategis bukan hanya persoalan kecanggihannya, melainkan yang paling penting adalah tingkat aksesibilitasnya yang luar biasa, internet kini telah menembus batas usia dan geografis, perkembangan jumlah pengguna internet yang dari hari kehari semakin meningkat, menjadi sesuatu yang harus dipertimbangkan bagi siapapun yang memiliki kepentingan politis” (Tabroni 156:2012).

Maka dari itu apakah mungkin tim sukses melakukan kampanye dengan strategi sekarang dengan menggunakan media sosial twitter ini,

Berdasarkan gambaran yang telah dipaparkan di atas, maka penulis tertarik meneliti sejauh mana tim sukses Ridwan Kamil dalam melakukan kampanye melalui strategi komunikasi politik di media sosial twitter menjelang pilkada 2013, dan mempertahankan citra Ridwan Kamil untuk ke depannya menjabat sebagai Walikota Bandung 2013-2018.

1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Dari latar belakang masalah yang telah diungkapkan di atas, maka peneliti dapat merumuskan masalah yaitu: **Bagaimana Strategi Komunikasi Politik Tim Sukses Ridwan Kamil Dalam pemilihan Walikota Bandung 2013?**

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana strategi komunikasi yang dipakai oleh Tim sukses Ridwan Kamil melalui media sosial Twitter ?

2. Mengapa salah satu strategi komunikasi yang dipakai oleh Tim sukses Ridwan Kamil adalah media sosial Twitter ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi yang dipakai oleh Tim sukses Ridwan Kamil melalui media sosial Twitter.
2. Untuk mengetahui salah satu strategi komunikasi yang dipakai oleh Tim sukses Ridwan adalah media sosial Twitter.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini ditujukan bagi pengembangan ilmiah bagi disiplin Ilmu Komunikasi. Penulis berharap, penelitian ini akan memberikan kontribusi bagi Ilmu Komunikasi pada umumnya, khususnya komunikasi politik, sehingga bisa menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya tentang Pilkada Walikota.

1.4.2 Kegunaan Praktis

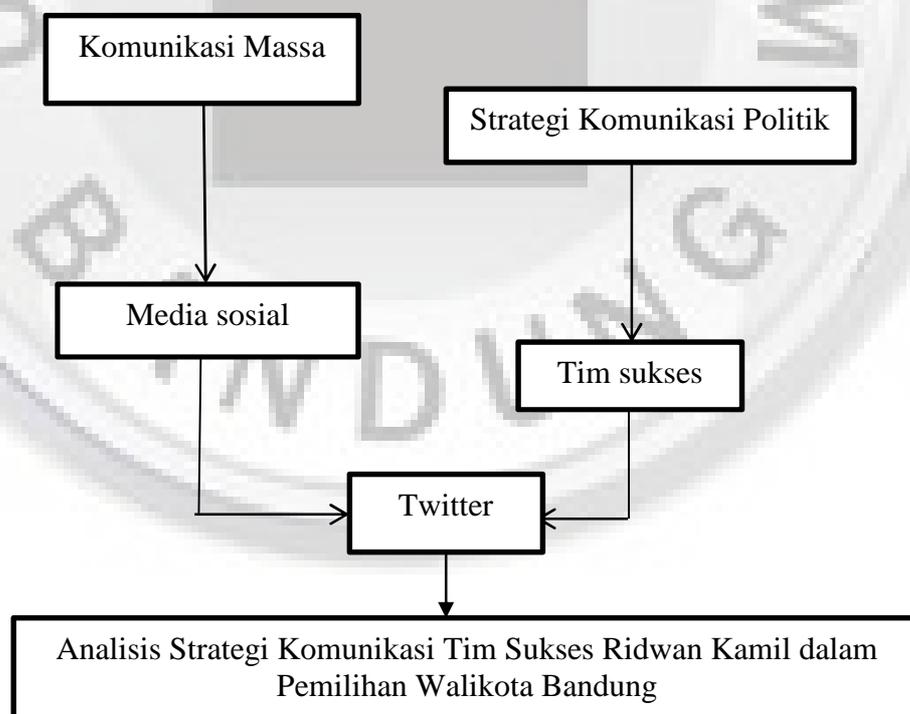
Secara praktis penelitian ini mampu bermanfaat bagi sumbangan bagi pemikiran peran tim sukses di dalam setiap Pilkada maupun bagi mahasiswa untuk itu diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dan pengembangan ilmiah bagi penelitian sejenis lainnya.

1.5 Setting Penelitian

Agar penelitian ini tidak menjadikan luas peneliti membatasi masalah penelitian ini

1. Subjek yang akan diteliti adalah Strategi Komunikasi Politik melalui Koordinator Tim Sukses Ridwan Kamil.
2. Objek yang diteliti Twiter @Ridwankamil
3. Penelitian ini dikerjakan dengan menggunakan pendekatan Studi Kasus dengan desain kasus tunggal dan unit analisis tunggal (Holistik).

1.6 Kerangka Pemikiran



Sumber : Modifikasi Peneliti

Gambar 1.1
Model Kerangka Pemikiran

Komunikasi merupakan bagian dari kehidupan dan tidak dapat dipisahkan, setiap orang perlu komunikasi, terutama untuk identitasnya dalam kehidupan sosial. Thomas M. Scheidel mengemukakan pendapatnya bahwa,

“Kita berkomunikasi terutama untuk menyatakan dan mendukung identitas diri, untuk membangun kontak sosial dengan orang di sekitar kita, dan untuk, mempengaruhi orang lain untuk merasa, berpikir, atau berperilaku seperti yang kita inginkan”. (dalam Mulyana, 2007:4).

Seseorang dalam panggung politik seperti pemilihan Walikota perlu untuk menunjukkan identitas dirinya kepada masyarakat, cara yang dilakukan yaitu melalui komunikasi. Kegiatan komunikasi ini selain untuk menunjukkan identitas diri juga dimaksudkan untuk mempengaruhi masyarakat agar dapat berperilaku seperti apa yang diharapkan dalam hal ini adalah memperoleh suara masyarakat bagi komunikator dalam pemilihan umum ini.

Komunikasi yang efektif, dengan komunikasi massa dikarenakan dapat menjangkau khalayak luas, dengan kemunculan teknologi komunikasi, media massa pun semakin canggih dan kompleks, dikemukakan oleh Gerbner, “Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri” (Rakhmat dalam Ardianto, 2007 : 3)

Komunikasi politik memiliki makna setiap perubahan simbol-simbol dan pesan-pesan yang signifikan terhadap suatu keadaan politik atau memiliki konsekuensi terhadap sistem politik (Meadow dalam Tabroni 2012:18).

Di dalam komunikator memerlukan bentuk strategi-strategi agar semua yang diharapkan bisa tepat pada sasaran, maka Effendy menjelaskan,

“Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Demikianlah pula strategi komunikasi merupakan paduan dan perencanaan 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 dari situasi dan kondisi. Strategi komunikasi merupakan penentu berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif. Dengan demikian, strategi komunikasi, baik secara makro (*planned multi-media strategi*) maupun secara mikro (*single communication medium strategi*) mempunyai fungsi ganda” (Effendy, 2000 : 300).

Namun strategi hanya saja sebagai peta jalan saja, maka dari itu dibutuhkan dengan teknik operasional, yang kita lihat dengan berkembangnya demokrasi di Indonesia dalam politik metode baru dalam kampanye politik banyak yang menggunakan strategi komunikasi politik

— Strategi komunikasi politik adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan saat ini, guna mencapai tujuan politik pada masa depan. Merawat ketokohan, memantapkan kelembagaan politik, menciptakan kebersamaan dan membangun konsensus merupakan keputusan strategis yang tepat bagi komunikator politik (Arifin, 2011:235).

Dengan berkembangnya zaman dilihat kemunculan internet membawa kemajuan pesat, salah satunya Media sosial (*social media*) pada dasarnya merupakan bentuk aplikasi yang memungkinkan orang-orang terhubung satu sama lain dengan mengeliminasi batasan ruang dan waktu dengan mempergunakan jaringan internet. Pengertian mengenai media sosial salah satunya dapat dilihat pada situs wikipedia yang menjelaskan bahwa,

“Media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagai dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. *Blog*, jejaring sosial dan wiki

merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan masyarakat di seluruh dunia”².

Setelah itu Andreas dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*”³. Munculnya media sosial Twitter sekarang banyak dipakai diranah politik seperti berkampanye melalui media sosial sangat meramaikan demokrasi di Indonesia.

² http://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial diakses 20 Februari 2014 pukul 01.00 WIB

³ http://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial diakses 20 Februari 2014 pukul 01.00 WIB