

PERENCANAAN KOMUNIKASI POLITIK ALI IBRAHIM DALAM PEMILIHAN KEPALA DAERAH TIDORE KEPULAUAN 2020

Saiful Amir¹, Sa'diyah El Adawiyah²
^{1,2} Universitas Muhammadiyah Jakarta

Naskah diterima tanggal 2022-04-11, direvisi tanggal 2022-07-04, disetujui tanggal 2022-07-25

Abstrak. Komunikasi politik merupakan bagian penting dari setiap aktivitas politik dalam kegiatan Pilkada. Komunikasi politik dipilih sebagai strategi untuk mempengaruhi khalayak karena memiliki keunggulan iklan politik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perencanaan komunikasi politik Ali Ibrahim dalam Pemilihan Kepala Daerah Tidore Kepulauan 2020 dengan delapan indikator perencanaan komunikasi politik diantaranya analisis masalah, analisis khalayak, perumusan tujuan, pemilihan media, pengembangan pesan, perencanaan produksi media, perencanaan manajemen program, serta monitoring dan evaluasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus yang dijabarkan secara deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan wawancara dan dokumentasi. Analisis data dilakukan berupa reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi politik Ali Ibrahim dalam Pilkada Tidore Kepulauan 2020 yaitu menganalisis khalayak dengan tidak membedakan status sosialnya, analisis khalayak digunakan untuk mengetahui segmentasi dan penggunaan gaya komunikasi Ali Ibrahim, kemudian merumuskan tujuan dalam pelaksanaan komunikasi politik untuk menentukan media. Kekuatan media menjangkau dan menyebarkan khalayak dalam skala besar merupakan kontributor keberhasilan komunikasi politik. Pesan dibangun dan dikemas sesuai dengan khalayak yang dituju serta dikemas dan diproduksi dalam berbagai bentuk pada media masa, media sosial, dan media luar dengan perencanaan pengelolaan program yang baik serta melakukan monitoring dan evaluasi.

Kata Kunci: Komunikasi politik, Pilkada Tidore Kepulauan, Indikator perencanaan

Abstract. *Political communication is an important part of every political activity in Pilkada activities. Political communication was chosen as a strategy to influence the audience because it has the advantage of political advertising. The purpose of this study was to determine Ali Ibrahim's political communication planning in the 2020 Tidore Islands Regional Head Election with eight indicators of political communication planning including problem analysis, audience analysis, goal formulation, media selection, message development, media production planning, program management planning, and monitoring and evaluation. This research uses a qualitative approach with a case study method that is described descriptively. Data collection techniques with interviews and documentation. Data analysis was carried out in the form of data reduction, data presentation and conclusion drawing. The results of the study indicate that Ali Ibrahim's political communication in the 2020 Tidore Islands regional election is to analyze the audience by not distinguishing their social status. Audience analysis is used to determine the segmentation and use of Ali Ibrahim's communication style, then formulate goals in the implementation of political communication to determine the media. The power of the media to reach and disseminate audiences on a large scale is a contributor to the success of political communication. Messages are built and packaged according to the intended audience. Messages are packaged and produced in various forms on mass media, social media, and outdoor media with good program management, monitoring and evaluation.*

Keywords: *Politic communication, head election of tidore kepulauan, planning indicators.*

PENDAHULUAN

Pemilihan kepala daerah merupakan proses demokrasi yang terjadi di setiap daerah dengan rentang waktu selama lima tahun sekali, dimana proses tersebut rakyat adalah perwujudan dari pemegang kedaulatan tertinggi dalam menentukan pemimpin daerahnya. Pilkada sebagai momen sejarah bagi rakyat Indonesia, di mana para kepala daerah dipilih secara langsung oleh rakyat. Adanya Pilkada maka peran besar diberikan langsung kepada rakyat untuk menentukan kepala daerah masing-masing. Melalui Pilkada, calon pemimpin beserta wakilnya dapat menyerap aspirasi dari rakyat untuk menentukan masa depan daerahnya. Oleh karenanya, meningkatkan kesejahteraan masyarakat merupakan tujuan yang ingin dicapai melalui pelaksanaan Pilkada sebagai wujud dari pelaksanaan otonomi daerah. Melalui pilkada langsung, rakyat memutuskan calon berdasarkan kredibilitas dan kapabilitasnya. Publik daerah melihat rekam jejak dan pengabdian mereka kepada daerah, dan atas dasar aspek inilah konstituen daerah akan memilihnya (El Adawiyah et al., 2019).

Pemilihan kepala daerah Kota Tidore Kepulauan, Provinsi Maluku Utara mengusung tiga pasangan calon kepala daerah diantaranya, Basri Salama dan Guntur Alting sebagai pasangan nomor urut 1 yang dikenal dengan sebutan BAGUS, Ali Ibrahim dan Muhammad Sinen sebagai pasangan nomor urut 2 yang dikenal dengan sebutan AMAN, Salahudin Adrias dan Muhammad Jabir Taha sebagai pasangan nomor urut 3 yang dikenal dengan SALAMAT. Basri Salama dikenal sebagai politisi muda dan juga mantan anggota DPD RI, Guntur Alting dikenal sebagai seorang akademisi dari salah satu Universitas Negeri yang berlokasi di Jakarta. Ali Ibrahim dikenal sebagai seorang birokrat yang kemudian melanjutkan karirnya sebagai seorang politisi dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), Muhammad Sinen dikenal sebagai seorang politisi PDIP yang diamanahkan menjadi Ketua DPD PDIP Maluku Utara. Salahudin Adrias dikenal sebagai mantan walikota Tidore Kepulauan Periode 2005-2010 dan Muhammad Jabir Taha dikenal sebagai seorang pengusaha konstruksi.

Pasangan nomor urut 1, Basri Salama dan Guntur Alting menawarkan sejumlah program dengan slogan "Semangat Kota Santri" untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat. Slogan tersebut diangkat karena Kota Tidore merupakan salah satu kota yang berpenduduk mayoritas islam dan juga salah satu kerajaan islam terbesar di Indonesia. Pasangan nomor urut 2, Ali Ibrahim dan Muhammad Sinen sebagai petahana menawarkan program unggulan dengan tagline "Menuju Tidore Jang Foloji". Tagline tersebut menjadi strategi utama dalam melanjutkan sejumlah program yang belum terselesaikan pada periode pertama. Tagline "Menuju Tidore Jang Foloji" mengandung makna Tidore semakin berkembang dalam berbagai aspek kehidupan. Selanjutnya pasangan nomor urut 3, Salahudin Adrias dan Muhammad Jabir menawarkan program dengan tagline "Tidore Sebagai Kota Pendidikan, Kebudayaan, dan Pariwisata".

Persaingan di arena politik ketiga calon walikota begitu keras dengan masing-masing gaya komunikasi politik sebagai upaya untuk meyakinkan publik. Ada sejumlah temuan seperti investasi hotel Ibis yang direncanakan oleh pemerintah kota dan para investor, pemberian benih padi gogos kepada masyarakat yang tidak dapat dilakukan, proyek penanaman kelapa genja (MalutPost, 2021) dan sejumlah temuan lain yang membuat citra Ali Ibrahim dan Muhammad Sinen sebagai petahana terkesan "gagal". Peristiwa tersebut menjadi input masalah kandidat pasangan nomor urut 1 dan 3 kepada pasangan nomor urut 2, dengan demikian salah satu upaya komunikasi politik dilakukan oleh pasangan nomor 1 dan 3 untuk menarik perhatian masyarakat dengan menyampaikan sejumlah temuan tersebut. Input komunikasi tersebut diharapkan dapat membentuk sejumlah output berupa dukungan yang semakin masif. Penting digarisbawahi bahwa tanpa komunikasi politik yang efektif, maka aktifitas politik akan kehilangan bentuk. Untuk itu sumber pesan, misalnya seorang calon pemimpin dituntut untuk menyampaikan pesan yang

jas kepada para pendukung dan masyarakat luas.

Komunikasi politik dipilih sebagai strategi untuk mempengaruhi khalayak karena memiliki keunggulan iklan politik. Keuntungan tersebut termasuk bahwa kredibilitas pesan lebih kuat karena lebih murah karena tidak perlu membeli ruang penyimpanan di media. Selain itu, ketrampilan mengirim pesan dikembangkan dengan mensimulasikan lingkungan sosial. Menurut (Heryanto, 2018) komunikasi politik bukanlah sebuah proses yang sederhana, karena cara kerja sistem politik amat ditentukan oleh adanya suatu masukan (*input*) dari lingkungan, dan setelah melalui proses tertentu membentuk sejumlah *output*. Selanjutnya output ini diberikan kembali kepada lingkungan, sebagai umpan balik (*feed back*). Selain itu, calon yang bersangkutan pun harus tahu saluran atau sarana penyampaian informasi yang tepat. Kegiatan politik dipahami sebagai kegiatan mempersuasi pemilih yang bertujuan untuk meningkatkan elektabilitas dan popularitas, maka seorang kandidat perlu perencanaan yang matang. Para calon yang ikut serta dalam pemilu maupun pilkada tentunya memiliki cara berkomunikasi yang berbeda dengan calon lainnya. Komunikasi politik yang merupakan sarana untuk pencapaian cita-cita politik membutuhkan strategi yang menjadi sangat penting (Di et al., 2015).

Sebagai petahana, Ali Ibrahim dan Muhammad Sinen perlu melakukan perencanaan komunikasi politik yang lebih efektif untuk menyampaikan segala informasi atau program kerja pada saat kampanye, selain itu perlu dilakukan upaya *counter attack* dari rivalnya yang melakukan strategi komunikasi politik pada sisi kelemahan pasangan petahana. Menurut (Wahid, 2016) perencanaan komunikasi politik untuk kampanye perlu dijabarkan melalui delapan tahapan yaitu analisis masalah, analisis khalayak, perumusan tujuan, pemilihan media, pengembangan pesan, perencanaan produksi media, perencanaan manajemen program serta monitoring dan evaluasi. Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti menguraikan rumusan masalah dalam bentuk pertanyaan yaitu bagaimana perencanaan komunikasi politik Ali Ibrahim dalam Pemilihan Kepala Daerah Tidore Kepulauan 2020. Tujuan penelitian ini, menganalisis perencanaan komunikasi politik Ali Ibrahim dalam Pemilihan Kepala Daerah Tidore Kepulauan 2020.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dipakai ialah studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Teknik Pengumpulan data yang digunakan berupa wawancara serta dokumentasi. Wawancara sebagai salah satu teknik untuk mengumpulkan data dan informasi didasarkan pada dua alasan yaitu dengan wawancara peneliti dapat mengetahui komunikasi politik Ali Ibrahim sebagai walikota Tidore Kepulauan periode 2020-2025 dan pertanyaan pada narasumber/informan bisa mencakup hal-hal yang bersifat lintas waktu yang berkaitan dengan masa lampau, saat ini dan proyeksi serta harapan informan/narasumber untuk masa yang akan datang (Hamid, 2007). Analisis data dilakukan berupa reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Miles & Huberman, 2009; Mulyana et al., 2013).

Uji keabsahan data menggunakan Teknik triangulasi. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber informan, kemudian data tersebut dicek kembali kepada informan lainnya (Moleong, 2014). Sumber data yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang berasal dari hasil wawancara dengan informan untuk memperoleh sumber informasi secara lengkap. Data sekunder berasal dari dokumen-dokumen yang diperoleh melalui penelitian kepustakaan (*library research*), baik dalam bentuk laporan penelitian, buku, jurnal, artikel, makalah, reportase media cetak, yang memiliki relevansi dengan tema penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Masalah

Fokus masalah yang jelas dan sesuai dengan kebutuhan khalayak diperlukan untuk mengetahui masalah apa saja yang menjadi prioritas untuk diselesaikan. Masalah sebagai bagian dari pembeda antara harapan serta kenyataan, juga antara relitas dan aspirasi. Menemukan masalah dibutuhkan data berupa kebenaran yang lumrah dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan, kemudian dicari penyelesaiannya (Wahid, 2016)

Pemilukada Tidore Kepulauan 2020, peneliti mendapatkan masalah yang paling mendasar dari komunikasi politik berdasarkan wawancara dengan informan Ali Ibrahim sebagaimana diketahui bahwa Ali Ibrahim merupakan seorang petahana yang mencalonkan kembali tentu memiliki sejumlah problem atau masalah diantara bahwa adanya temuan angka kepuasan publik terhadap pelayanan pemerintah Ali Ibrahim-Muhammad Senin hanya berkisar 2 persen dari 98 persen terlebih dalam program argomaritim yang diusung pada saat periode pertama, namun hal tersebut dibantah oleh Ali Ibrahim ketika diwawancarai pada tanggal 18 Januari 2022 dengan pernyataan *"Lembaga survey yang digunakan pasangan Basri Salama dan Guntur Alting merilis pengetahuan masyarakat terkait konsep agromarine sekitar 2% dan sisanya 98% tidak mengetahui. Pasangan rival tersebut tidak menyebut nama lembaga survey dan tidak menyertakan infografis secara jelas sehingga data dari lembaga survey tersebut di anggap lemah"*.

Sejumlah data peneliti dapatkan bahwa hal tersebut besebrangan dengan hasil survei Charta dan Indobarometer, tingkat kepuasan publik terhadap ali Ibrahim berkisar 60-80 % untuk periode pertama. Popularitas Ali Ibrahim masih belum terasa di sekitar daerah Sofifi sampai dataratan Oba sebab didaerah tersebut ada calon yang mendominasi, hal tersebut tentu menjadi problem atau masalah yang harus menjadi tolak ukur Ali Ibrahim jika ingin memenangkan kontestasi Pemilukada. Temuan hasil survei yang dilakukan oleh lembaga indo barometer dan juga charta politika menyebutkan bahwa yang tidak puas berada pada angka 23,0%, tidak menjawab 1,8% sedangkan angka kepuasan terhadap Ali Ibrahim-Muhammad Senin berada pada kisaran 73-79%.

Indikator tersebut menjadikan sandaran Ali Ibrahim dalam mengambil keputusan ikut serta pemilihan kepala daerah Tidore Kepulauan 2020. Ketika mendapatkan hasil temuan survei mengenai kepuasan publik terhadap kinerja pemerintah dan kemudian bersama dengan wakilnya Muhammad Senin maju dalam perhelatan pemilukada tersebut. Keberhasilan Ali Ibrahim-Muhammad Senin pada periode pertama memimpin Tidore kepulauan telah memprogramkan pembangunan kota tidore sesuai dengan visi-misi yang telah diusung. Lanjutnya, setiap langkah tersebut harus ada keberlanjutan dilihat dari keseimbangan pembangunan untuk Ali Ibrahim tidak hanya jargon, tapi fakta yang harus menjadi rujukan pemerintah daerah.

Pemerintah daerah yang baru jika terjadi ketidaksinambungan dalam pembangunan maka yang dirugikan adalah publik banyak, bahkan lebih dari itu ujung-ujungnya adalah rakyat atau masyarakat. Oleh karena itu, Ali Ibrahim memutuskan untuk maju pada pilkada Tidore 2020 dengan ilustrasi analisis selama satu periode yang telah sukses dalam beberapa program kampanye periode pertama yakni infrastruktur fisik maupun non fisik. tingkat kepuasan masyarakat berbanding lurus dengan tingkat kecendrungan memilih.

Masalah kedua yang dihadapi berikutnya adalah berkurangnya partai pendukung dimana waktu periode pertama beberapa partai pada pemilukada 2020 tidak lagi menjadi partai pendukung seperti Partai Golkar dan Partai Demokrat. Tentunya menimbulkan adanya kekurangan suara karena dua partai tersebut memiliki basis yang kuat di Tidore. Partai Golkar misalnya, menjalin komunikasi dengan partai politik lain yang belum memutuskan sikap. Jika

dilihat pada berapa pasangan kandidat yang maju, hal tersebut menjadi landasan empiris dan kalkulasi untuk jadi pertimbangan dalam pemilihan walikota bagi pasangan Ali Ibrahim dan Muhammad Sinen.

Selain itu, ada sejumlah temuan seperti investasi hotel Ibis yang direncanakan oleh pemerintah kota dan para investor, pemberian benih padi gogos kepada masyarakat yang tidak dapat dilakukan, proyek penanaman kelapa genja dan sejumlah temuan lain yang membuat citra Ali Ibrahim dan Muhammad Sinen sebagai petahana terkesan “gagal”. Sejumlah temuan masalah tersebut menjadi landasan penting bagi pasangan petahana untuk melakukan perencanaan politik secara bijak sehingga dapat mengatasi serta mengembalikan citra politik yang baik. Perencanaan politik dilakukan dengan terjun langsung ke masyarakat saat kampanye, melakukan pendekatan secara persuasif ke rumah-rumah warga, penyesuaian karakter bersama warga selama masa kampanye dengan dalih silaturahmi membuat citra politik Ali Ibrahim serta simpatikan semakin meningkat.

Pemilihan khalayak yang dituju merupakan hal yang sangat penting untuk kandidat dan tim pemenangan sebab berkaitan dengan pengemasan pesan dalam sebuah proses. Khalayak di media mempengaruhi cara pengemasan pesan dan memiliki karakteristik yang tersendiri, hal tersebut disebabkan karena khalayak merupakan pemakai sekaligus pembuat pesan. Faktor lain yang mempengaruhi juga ialah perlu diperhatikan antara kesesuaian berkaitan dengan pembentukan opini. Ternyata khalayak pemilih pemula, pesan harus dikemas disesuaikan dengan bahasa dan tingkat pengetahuan mereka, termasuk tren baru dikalangan pemuda atau remaja. Berikut analisis khalayak dilakukan oleh Ali Ibrahim bersama tim pemenangannya (Wahid, 2016)

- a. Setiap kegiatan politiknya Ali Ibrahim tidak membedakan segmentasi pemilih menurutnya semuanya adalah sama. Terjun tatap muka dengan masyarakat, melakukan komunikasi sebagai proses politik ketika adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar atau PSBB akibat pandemi covid-19. Kampanye sebagai suatu alat komunikasi politik merupakan cara untuk meningkatkan keterkenalan dan elektabilitas pemain politik, juga bukan hanya proses biasa dalam aktivitas politik, akan tetapi dilakukan secara serius dan sungguh-sungguh dengan melibatkan keikutsertaan khalayak sebanyak dan sebisa mungkin. Maksudnya bahwa kampanye merupakan upaya berkesadaran sebagai pemain utama politik guna membuat relasi yang serasi serta saling membutuhkan dengan khalayak pemilih dengan perkembangan teknologi yang pesat di zaman media baru ini. Jika dilihat dari kondisi masyarakat Tidore Kepulauan memiliki jati diri masyarakat Kota dan dataran Oba yang didominasi oleh masyarakat pedesaan terdapat juga pembagian cluster atau kelas sebagai contoh masyarakat perkotaan yang disiplin, kepastian, pelayanan dan sebagainya tentulah golongan masyarakat tersebut meminta pelayanan yang paripurna dari birokrasi pemerintah di setiap instansi pemerintah. Letak pembedannya pada soal daya memahami dan daya menerjemahkan antara masyarakat kota ataupun desa tidak ingin di bedakan oleh Ali Ibrahim, tapi komunikasilah yang menjadi rahasia serta tantangan yang mesti di jawab dalam tempo yang relatif pendek.
- b. Khalayak pemilih khususnya masyarakat Kota Tidore memiliki ciri khas pemilih karena faktor ekonomi atau finansial, ada juga yang menggunakan rasionalitas. Ali Ibrahim mempunyai sikap bahwa lebih terhormat jika memilih Ali Ibrahim karena faktor rasionalitas bukan karena adanya dorongan mendapatkan materi. Sebab Ali Ibrahim mempunyai keinginan memberi edukasi atau pendidikan politik yang sehat untuk publik kota Tidore, walaupun Ali Ibrahim memiliki kesadaran bahwa ciri khas masyarakat Tidore ialah memilih karena alasan rasional lebih sedikit dibandingkan karena ada dorongan materi. Sesuai dengan informasi yang penulis dapatkan ketika wawancara dengan Ali Ibrahim yaitu “saya

dalam suatu kesempatan diskusi terbuka kepada masyarakat waktu pilkada. Saya tidak ingin menang dengan cara-cara yang tidak bermoral sebab saya punya keyakinan bahwa kita masyarakat Tidore adalah masyarakat yang menjunjung tinggi nilai-nilai kearifan lokal seperti kejujuran. Jangan hanya karena kepentingan pribadi masyarakat hanya dikasih uang tidak diberi pendidikan politik yang baik untuk demokrasi Indonesia yang lebih sehat, begitu pula yang saya lakukan kepada khalayak pemilih pemula dengan pendekatan yang mereka sukai”.

- c. Tokoh adat mempunyai peranan yang teramat penting kepada masyarakat guna menentukan pilihan pada Pilkada Tidore Kepulauan 2020, sebab tokoh lokal baik itu pemuka agama, tokoh adat, tokoh pemuda masing-masing mempunyai para loyalis yang jika mereka melihat tokoh-tokoh tersebut menjatuhkan pilihan kepada kandidat maka secara langsung mereka pun mengikuti langkah tokoh-tokoh tersebut, hal ini pertanda bahwa tidak di ragukan lagi kedekatan seorang pemimpin kepada lapisan masyarakat terlebih pemuka masyarakat maka punya peluang untuk memenangkan perhelatan pilkada tersebut. Hal tersebut sesuai dengan wawancara saya dengan tokoh pemuda didesa Maitara Kecamatan Tidore Utara via online. Khalayak yang dituju mempengaruhi bentuk atau model pesan yang akan disajikan. Memahami khalayak menjadi suatu aktivitas politik yang penting dalam proses pilkada. Khalayak pada masa media baru dan media sosial memiliki ciri khas atau karakter tersendiri sebab khalayak merupakan pemakai sekaligus pembuat pesan. Pesan dan khalayak yang memiliki kecocokan menjadi tujuan menentukan proses pembentukan opini. Jika khalayak pemilih ialah pemilih pemula, pesan harus disajikan harus sesuai dengan bahasa dan tingkat pemahaman khalayak pemula (Achidat, 2019). Khalayak tidak sekedar tujuan dari aktor politik untuk memperoleh kekuasaan yang sifatnya sementara. Komunikator politik, partai politik, dan insitusi politik sudah seharusnya menjalin kebersamaan dengan khalayak secara kontinu. Dalam hal ini, khalayak merupakan penentu proses politik, bukan sekedar pelengkap yang dibutuhkan pada waktu pilkada saja yang dalam kurung waktu 5 tahun sekali, selepas hajatan tersebut dilupakan begitu saja.

Perumusan Tujuan

Secara tidak resmi, satu tahun sebelum adanya pelaksanaan pilkada Tidore Kepulauan 2020, partai pendukung utama yaitu Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) sudah membentuk tim pemenangan pasangan calon yang akan didukung. Walaupun secara resmi tim pemenangan terbentuk mengikuti aturan yang berlaku. Waktu mendaftarkan ada tim kampanye yang didaftarkan cuman secara tidak resmi telah lama sebelum pelaksanaan kontestasi mulai dilakukan. Didasari terbentuknya tim pemenangan mengacu pada konsep pembangunan yang berkesinambungan sesuai dengan program periode pertama. Hal tersebut disampaikan oleh Ahmad Zen ketika melakukan wawancara yaitu *“periode pertama mempunyai program yang sudah dirasakan oleh masyarakat kebermanfaatannya haruslah tetap dilanjutkan pada periode yang akan datang. Oleh sebab itu perlu disiapkan tujuannya supaya terus dirasakan masyarakat Tidore secara keseluruhan sampai pada daratan Oba”.*

Waktu pelaksanaan pilkada 2015, Ali Ibrahim disupport oleh rekan terdekat, Handai Taulan yang dengan sukarela secara tulus tanpa pamrih, bahkan mereka sendiri mengeluarkan materi pribadi dengan porsi mereka masing-masing. Berdasarkan seluruh rangkaian komunikasi yang telah dilaksanakan pada pemilihan walikota 2020, ada sekitar 150 relawan AMAN (Ali Ibrahim-Muhamad Senin). Sebagaimana penuturan Ahmad Zen sebagai berikut, *“kami mempunyai relawan yang tersebar di setiap kecamatan dan mereka bekerja siang dan malam tanpa pamrih.*

Kita hanya menyiapkan makanan ala kadarnya, tidak ada embel-embel uang dan lain sebagainya, buat kostum kampanye insiatif dari relawan sendiri dan itu luar biasa bagi saya”.

Oleh sebab itu Ali Ibrahim dalam merumuskan tujuan diantaranya mendorong percepatan pembangunan sebagaimana didapati bahwa Kota Tidore ada sebagai kecamatan dan desa yang pembangunannya terhambat telebih didataran Oba yang sulit dijangkau. Oleh karena pemertaan pembangunan menjadi fokus tujuan utama dalam program Ali Ibrahim kedepan.

Pemilihan Media

Perkembangan teknologi media sosial seperti aplikasi pesan singkat membawa perubahan besar dalam berkomunikasi. Kehadiran media baru (New Media) ini membawa perubahan besar dalam kehidupan manusia, termasuk dalam bidang pemasaran (Purwantoro, 2020). Keberhasilan dalam proses pembentukan opini publik tergantung dari pemilihan media dalam sebuah proses aktivitas politik

Media memiliki kekuatan dapat menjangkau khalayak pemilih dalam kapasitas yang besar serta penyebaran pesan yang sangat membantu keberhasilan dari setiap aktivitas politik (Budiyono, 2015) Media memiliki peran penting dalam suatu agenda politik, maka yang dilakukannya sebagai berikut :

- a. Ali Ibrahim membuka dan memberi akses informasi kepada sejumlah awak media di kota Tidore Kepulauan dengan memberitahukan nomor telepon seluler kepada awak media dan publik dengan tujuan agar media mendapatkan perkembangan terbaru dari program-program kampanyenya. Hal tersebut dilakukan karena Ali Ibrahim tidak mungkin setiap saat menjumpai pemilih dalam jumlah yang banyak pada masa pandemi Covid-19. Sehingga, Ali Ibrahim memanfaatkan semua jenis media baik massa, online maupun media sosial. Kutipan wawancara yang disampaikan yaitu “selain media tersebut saya menggunakan media luar seperti saya buat spanduk, baliho, pamflet dan sebagainya. Saya bersyukur dibantu oleh tim. Modal yang saya punya hanya cukup beli spanduk lalu cetak 150”.
- b. Melihat hasil pantuan poling, Ali Ibrahim melihat media yang paling bisa dan sangat dibutuhkan untuk kampanye di Tidore Kepulauan diantaranya Facebook, spanduk, dan juga tatap muka/diskusi. Facebook grup Tidore Memilih yang paling tinggi pengaruhnya bagi kalangan pemilih pemula dan kalangan bapak-bapak yang sering menggunakan akses facebook misalnya saling adu argument, kampanye negatif dan saling menghujat antara satu relawan kandidat dengan kandidat lainnya.

Masyarakat dengan tingkat usianya di atas 50 tahun menggunakan media surat kabar sebagai media mendapatkan informasi kampanye hanya berkisar sekitar 10%. Responden yang mendapatkan berita-berita tentang kampanye dari surat kabar tersebut terutama koran-koran lokal seperti MalutPost. Hal tersebut disampaikan oleh lembaga survei Ahmad Baihaqi kepada peneliti.

Pengembangan Pesan

Pesan dalam kampanye merupakan suatu gagasan dapat muncul karena alasan-alasan yang akan dikonstruksi dalam bentuk pesan yang dapat dikomunikasikan kepada masyarakat atau khalayak. Pesan ini akan ditanggapi dan selanjutnya diterima atau bahkan ditolak masyarakat (Fatimah, 2018). Sudah menjadi sebuah kepastian bahwa dalam proses politik pasti ada perlawanan dari kandidat lain sebagai rivalnya. Begitupun yang dialami oleh pasangan Ali Ibrahim-Muhammad Senin pada pilkada 2020 mereka diserang dengan berbagai isu maupun proses-proses yang tidak dibenarkan juga dilakukan. Kendati demikian tim yang dibentuk untuk

memenangkan telah menyiapkan segala konsekuensi yang mungkin akan mereka hadapi, termasuk didalamnya ada isu mengenai adanya gagalnya para investor yang menanamkan sahamnya di Tidore dan serangan lainnya kepada Ali Ibrahim-Muhammad Sinen. Tim mampu melawan isu-isu tersebut sebagaimana kutipan wawancara penulis dari Abdullah Ismail yang merupakan salah satu informan pendukung pasangan Ali Ibrahim-Muhammad Sinen yaitu *"kami menggunakan organisasi dan gerakan kepemudaan dan relawan disetiap posko pemenangan untuk mendeklarasikan dukungan penuh kepada pasangan Ali Ibrahim-Muhammad Sinen dan itu bagian dari cara untuk melawan isu-isu yang menjadi topik pembicaraan masyarakat yang ditemui di lapangan"*.

Tim pemenangan mempunyai kalkulasi bahwa jika disaat kecamatan atau desa sudah ada deklarasi maka tidak menutup kemungkinan akan menjadi kekuatan tersendiri. Pendekatan yang dilakukan diantaranya dengan merangkul, setiap kelurahan atau desa memiliki grup diskusi baik yang online maupun offline dan memiliki alur komunikasi yang terus diproses agar tetap hidup, jadi ketika pasangan Ali Ibrahim-Muhammad Sinen di serang maka sudah ada grup-grup tersebut yang melawan atau mengcounter. Sebagai contoh hasil kutipan wawancara dengan tim konsultan yaitu *"jadi mudah, jika diserang oleh rival misal di bidang pembangunan bahwa hanya berfokus di satu kelurahan/desa/kecamatan maka untuk menjawab tersebut adalah adanya tokoh-tokoh yang sudah dibentuk di masing-masing relawan tersebut"*.

Proses kampanye pada perhelatan pemilihan kepala daerah Tidore 2020 tidak terlepas dari adanya isu-isu negatif diantaranya bahwa adanya tuduhan dari rival kandidat lain yang mengatakan bahwa keterlibatan dan keikutsertaan para pegawai negeri sipil (PNS) dalam mempengaruhi khalayak pemilih, selain itu Ali Ibrahim juga diserang dengan isu korupsi. Prasangka tersebut kemudian menjadi senjata bagi lawan politiknya. Berikut petikan hasil wawancara dengan Ali Ibrahim. *"Persoalan PNS/ASN, ada yang turut andil memberikan partisipasi cuman hal tersebut kami tidak menerima. PNS harus netral tapi kemudian memilih kami nantinya disalurkan di TPS, atau dengan memberi tahu ke kerabat. Ada yang kemudian menuduh saya menggunakan fasilitas sebagai walikota untuk mempergunakan PNS dengan bentuk kejahatan politik. Saya tidak membalas ucapan tersebut"*.

Pesan yang disampaikan ketika Ali Ibrahim dan Muhammad Sinen mengikuti pilkada 2015 dengan pilkada 2020 tidak memiliki perbedaan yakni sama dalam hal menuju Kota Tidore yang bekemajuan. Program kerja yang terdiri dari visi dan misi menjadi fokus bahasan serta berupaya mengerti saat komunikasi dengan pemuka tokoh disetiap kelurahan/desa. Tagline yang dipakai pada pilkada tahun 2015 juga tidak berbeda dengan pilkada 2020, tetap dengan visi misi program argomaritim, menuju Tidore berkemajuan serta lanjutan jilid II. Ali Ibrahim ingin menjelaskan kepada calon pemilih bahwa pasangan Ali Ibrahim memiliki jati diri yang tidak dimiliki kandidat lain.

Bukan hanya pada slogan atau pesan filosofis namun dua kali perhelatan kampanye juga melakukan hal yang serupa yakni mengenakan pakaian warna putih dan pasangannya warna merah. Gambaran dari dua warna pakaian tersebut sebagai tanda /simbol dari Ali Ibrahim dengan tujuan calon pemilih gampang mengenalinya. Warna ini juga merupakan gambaran bahwa pasangan Ali Ibrahim dan Muhammad Sinen merupakan pasangan yang cinta akan tanah air putih dan merah. Berikut kutipan wawancara penulis kepada informan *"bagian dari strategi dan pengaturan kami bahwa ketika warna tersebut kami gunakan maka sangat familiar dikalangan pemilih terlebih calon wakil saya yang indentik dengan warna merah maka menjadi gampang bagi kami pada saat pencoblosan pemilih dengan mudah mengenali kami"*.

Perencanaan Produksi Media

Pesan harus ditujukan dan sampai pada khalayak dibuat serta diciptakan dalam bentuk iklan dimedia massa, media cetak dan media sosial atau media luar ruang maupun siapa saja yang ambil bagian untuk ikut terlibat dalam proses pembuatan pesan (Tabroni 2012). Media online menjadi media yang paling dicari masyarakat saat ini, karena aksesnya yang praktis, cepat dan mudah. Tidak heran jika masyarakat lebih memilih media online untuk mengakses segala jenis berita, mulai dari berita ekonomi, sosial, budaya dan politik (Amala & Riyantini, 2019). Kesuksesan adalah satu-satunya tujuan dalam proses kampanye. Kesuksesan dalam program-program yang sudah dijalankan pada periode pertama perlu dilanjutkan. Perencanaan produksi media, tim pemenangan meramaikan pemberitaan di media dengan fokus kepada figur Ali Ibrahim sebagai figur yang berpengalaman mengelola tata pemerintahan yang baik bersama dengan wakilnya Muhammad Senin. Sebagaimana pernyataan Abdullah Ismail dalam kutipan wawancara yaitu *"kunci kemenangan pasangan Ali Ibrahim dan Muhammad Senin terletak pada keberhasilan dalam program argomaritim serta tagline utama menuju "tidore jang foloi" serta tidak ada catatan bahwa terjadi korupsi dimasa pemerintah ali ibrahim-muhammad senin jilid I dan beberapa pembangunan infrastruktur misal pelabuhan dan sebagainya yang menjadi keberhasilan pasangan Ali Ibrahim-Muhammad Senin"*

Isu yang dimainkan melalui disaat kampanye ialah pasangan wakil Muhammad Sinen diserang secara pribadi yang berkaitan dengan personal Muhammad Senin, Hal demikian membuat pasangan Ali Ibrahim-Muhammad Sinen dan seluruh tim bekerja keras untuk mematahkan isu tersebut dan memberi pemahaman kepada khalayak pemilih bahwa itu hoax dan tidak berdasar serta merupakan bagian dari pembodohan publik. Kemudian media terus di produksi dengan pendidikan politik agar proses dan hasil yang diharapkan berjalan sesuai dengan harapan pasangan Ali Ibrahim-Muhammad Senin. Tim pemenangan memiliki pandangan bahwa dalam kontestasi pilkada tidak ada yang namaaya juara kedua dan seterusnya, yang ada hanyalah juara pertama hal tersebut yang mendorong bahwa menjadi sebuah keharusan menjadi pemenang dalam kontestasi pilkada 2020.

Strategipun dilancarkan sebagai contoh harus menghitung presentase partisipasi, maka yang dikejar adalah infrastrukturnya harus sedini mungkin disiapkan guna mencapai target. Target di satu TPS, maka yang direkrut harus orang yang bisa mempengaruhi berapa banyak, bukan hanya itu harus memastikan pemilih hadir di TPS dan semua itu merupakan taktik dan tekniknya. Selanjutnya, mendapatkan kepastian bahwa hal tersebut harus berjalan dengan lancar dan aman. Sebagaimana temuan peneliti saat melakukan wawancara dengan Ketua Tim pemenangan, Ahmad Zen yaitu *"membuat pemetaan calon pemilih yang berlandaskan komunitas kepemudaan, ada berbasis hobi misalkan ada yang suka main futsal maka kami buat jadwal futsal bersama kandidat, kebudayaan dengan mefasiliasti pergearan budaya yang dilakukan anak-anak muda"*. Berdasarkan pemetaan tersebutlah tim pemenangan bisa melolah perencanaan produksi media agar berjalan dengan optimal dan sukses.

Perencanaan Manajemen Program

Berhasilnya sebuah organisasi dalam mewujudkan visi dan misi yang telah ditetapkan tidak terlepas dari peranan pemimpin. Kualitas pemimpin dianggap sebagai salah satu faktor sukses atau tidaknya suatu organisasi dalam mencapai tujuannya (Martianto & Toni, 2021). Dalam kontestasi pemilihan, tim pemenangan dibawah komando ketua tim harus berpikir bagaimana mekanisme agar kandidat unggul, sebab hal tersebut menjadi pekerjaan rumah yang kemudian menyebabkan timbulnya faktor yang menghambat. Politik bersifat mengalir, kemungkinan apa saja bisa terjadi, akan tetapi teknik aprokisasi ialah bagaimana kandidat tersebut bisa

berinteraksi secara tatap muka kepada khalayak calon pemilih, sebab dalam konteks pemilihan kepala daerah dilihat dari seberapa banyak masyarakat dekat serta dikenal oleh masyarakat, hasilnya tim yang melakukan kunjungan ke masyarakat, akan tetapi kandidatlah yang mesti melakukan kunjungan langsung (Cangara 2016). Sesuai dengan hasil wawancara kepada Ketua Tim pemenang Ahmad Zen *“Pak Ali dan Ayah Erik sapaan akrabnya, dalam hitungan hari bisa 10 lokasi yang dikunjungi. Tapi mereka melakukan hal tersebut dengan sendiri-sendiri ke lokasi yang berbeda, hal tersebut juga dilakukan oleh tim pemenang mereka secara sukarela dengan berkunjung ke lokasi yang berbeda pula tanpa kandidat calon. Penggunaan media kami punya orang-orang tersendiri. Progres yang diharapkan kedepan bahwa bagaimana meyakinkan publik terhadap apa yang telah dilaksanakan dengan perolehan penghargaan kepada banyak sosial media, spanduk dan baliho. Hal yang baik mampu meyakinkan masyarakat terkait capaian kerja yang telah dilakukan oleh Pak Ali”*.

Kandidat Ali Ibrahim-Muhammad Sinen (AMAN) diilustrasikan sebagai campuran kelompok pemuda dan kalangan tokoh. Muhammad Sinen, merupakan sosok yang dikenal dekat dengan anak muda dan presentasenya anak-anak remaja antara 17-25 tahun di Tidore sekitar 20%. Sebagaimana disampaikan Ahmad Zen yaitu *“perkiraan saya dengan rancangan tersebut tidak menutup kemungkinan namanya Capt Ali dan ayah Erik memperhatikan pribadi-pribadi, justru yang kami saksikan pada rancangan program tersebut bisa didesign secara kolektif. Sebagai contoh keberpihakan terhadap kaum remaja atau anak-anak, perkumpulan kepemudaan. Segala upaya pendekatan, bentuk perhatian dan itu yang utama. Kami sebagai tim sukses sudah sangat bahagia, artinya ingin memastikan dibawah kepemimpinan Pak Capt Ali dan Ayah Erik punya kebermanfaatn untuk semua lapisan”*.

Monitoring dan Evaluasi

Ali Ibrahim menjalani strategi dengan melakukan monitoring oleh tim yang sudah dibagi sesuai tugasnya masing-masing, namun ada penanggung jawab utamanya. Sebagai calon kandidat yang bertanggungjawab ialah Ali Ibrahim sendiri. Penerimaan laporan yang terdiri dari pemberitaan di sosial media, pemakaian, dan juga berita yang ditampilkan ke publik, hingga perlawanan terhadap berita yang sudah berkembang. Sebagaimana kutipan wawancara Ali Ibrahim yaitu *“humas tim kampanye harus tersebar diseluruh lokasi untuk memantau perkembangan, sebab angka yang kita peroleh dari survei sudah cukup untuk kita berada di titik aman, namun terus dipantau agar pemilih yang belum memutuskan pilihan menjatuhkan pilihannya kepada pasangan kami”*.

Setelah dilakukan pengawasan agar bisa dijaga perlu dengan adanya evaluasi mengenai efektivitas dengan cara mengukur apakah seperti contoh kerja-kerja politik itu bisa tercapai atau tidak. Memantau survei menjadi patokan alat ukur tim pemenang guna mengukur efektifitas dari kerja-kerja politik tersebut yang dilakukan. Sebelum dan setelah gagasan program dilaksanakan, menjadi sangat penting sebelum bergerak. Sebelumnya tim pemenagan melaksanakan survei untuk melihat angka popularitas dan sebagainya. Hasil survei tersebut yang menjadi tolak ukur tim sukses. Itulah gambaran dari proses monitoring dan evaluasi tim pemenagan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka peneliti menyimpulkan bahwa perencanaan komunikasi politik Ali Ibrahim pada Pilkada Tidore Kepulauan 2020 didahului dengan melakukan pemetaan masalah kemudian analisis masalah untuk diselesaikan sebagai prioritas

dalam pemilihan kepada daerah Tidore Kepulauan 2020. Tidak membedakan pembagian khalayak dilakukan dengan berdasarkan pada perbedaan khalayak berdasarkan segmentasi pemilih, tetapi hanya membedakan gaya komunikasi dalam berkomunikasi dengan publik sesuai dengan karakter khalayak. Kemudian perumusan tujuan diuraikan, diketahui, dipahami dan dimiliki bersama oleh Ali Ibrahim beserta tim pemenangnya untuk meningkatkan partisipasi publik. Pesan dibangun dan dikemas dengan tepat sesuai dengan target pemilih. Pesan dikemas dan diproduksi dalam berbagai bentuk media masaa, media sosial, dan media luar ruang. Pemantauan dan evaluasi secara terus-menerus. Evaluasi komunikasi politik Ali Ibrahim dilaksanakan untuk mengetahui efektifitas dari kerja politik.

DAFTAR PUSTAKA

- Achidat. (2019). di Administrasi. *Realitas Media Massa : Komunikasi Politik Dan Opini Publik*, 4(1), 531–632.
- Amala, I. A., & Riyantini, R. (2019). Pengaruh Terpaan Pemberitaan Sandianga Uno di Media Online Terhadap Sikap Masyarakat (Survei di Kelurahan Tanah Baru, Depok). *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(02), 72. <https://doi.org/10.33822/jep.v1i02.958>
- Budiyono, B. (2015). Fenomena Komunikasi Politik dalam Media Sosial. *JURNAL IPTEKKOM : Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi*, 17(2), 143. <https://doi.org/10.33164/iptekkom.17.2.2015.143-160>
- Cangara, H. 2016. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Di, P., Massa, M., & Pemilu, D. (2015). Strategi Kampanye Politik Prabowo-Hattadan Perang Pencitraan Di Media Massa Dalam Pemilu Presiden 2014. *POLITIKA : Jurnal Ilmu Politik*, 6(1), 13-24–24.
- Adawiyah, S. E., Hubeis, A. V., Sumarti, T., & Susanto, D. (2019). Strategi Komunikasi Politik Perempuan Dalam Meraih Kepemimpinan Daerah. *Journal Of Communication Studies P-ISSN*, 4(1).
- Fatimah, S. (2018). Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu. *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 1(1), 5–16. <https://doi.org/10.32699/resolusi.v1i1.154>
- Gafur, H. (2019). Menagih Janji Walikota Tidore. *MalutPost*, hlm. 1.
- Heryanto, G.G. (2018). *Komunikasi dalam Politik Media Massa*. IRCiSod
- Martianto, R. W. U., & Toni, A. (2021). Analisis Semiotika Gaya Komunikasi Milenial Bambang Soesatyo Melalui Youtube Podcast. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 13–28. <https://doi.org/10.33822/jep.v4i1.2351>
- Miles, M.B., & Huberman, A.M. (2009). Analisis Data Kualitatif. UI-Press.
- Moleong, L.J. (2014). Metodologi Penelitian Kualitatif. PT Remaja Rosdakarya
- Mulyana, D. (2013). *Metode Penelitian Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya
- Hamid, P. (2007). Metode Penelitian Kualitatif. Alfabeta.
- Purwantoro, T. (2020). Kredibilitas Komunikator pada Destinasi Wisata Melalui Media Sosial (Video Viral Negeri di Atas Awan Citorek, Banten). *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 157. <https://doi.org/10.33822/jep.v3i2.1863>
- Tabroni, R. (2012). Komunikasi Politik pada Era Multimedia. PT Remaja Rosdakarya
- Wahid, U. (2016). *Komunikasi Politik: Teori, Konsep, dan Aplikasi pada Era Media Baru*. Simbiosis Rektama Media.