

**ANALISIS PERANAN MEDIA MASSA TERHADAP KAMPANYE
POLITIK AL HARIS- SANI DI KOTA JAMBI DALAM
PEMILIHAN GUBERNUR PROVINSI JAMBI
TAHUN 2020**
(Studi Terhadap Media Lokal Berkabar.id dan Tribunjambi.com)

SKRIPSI



Diajukan sebagai upaya memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Sosial pada Fakultas Hukum Universitas Jambi

Oleh :

**INDRA RONALDO LUMBAN GAOL
H1B117046**

**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS JAMBI
JAMBI
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS PERANAN MEDIA MASSA TERHADAP KAMPANYE
POLITIK AL HARIS- SANI DI KOTA JAMBI DALAM
PEMILIHAN GUBERNUR PROVINSI JAMBI
TAHUN 2020**

NAMA : INDRA RONALDO LUNBAN GAOL
FAKULTAS : HUKUM
JURUSAN : ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIKPROGRAM STUDI : ILMU POLITIK
NIM :H1B117046

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing 1 dan Dosen Pembimbing 2
untuk diujikan dalam Sidang Skripsi pada Program Studi Ilmu Politik
Jurusan IlmuPolitik dan Pemerintahan Fakultas Hukum Universitas

Jambi

Jambi, November 2022

Dosen Pembimbing 1



HARYADI, S.H., M.H
196005121988031001

Dosen Pembimbing 2



DIMAS RIZAL, S.SOS., M.SI.
2015040

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS PERANAN MEDIA MASSA TERHADAP KAMPANYE

POLITIK AL HARIS- SANI DI KOTA JAMBI DALAM

PEMILIHAN GUBERNUR PROVINSI JAMBI

TAHUN 2020

Nama : Indra Ronaldo Lumbangaol

Nim : H1b117046

Program Studi : Ilmu Politik

Fakultas : Hukum

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Sidang Skripsi

Program Studi Ilmu Politik Fakultas Hukum Universitas Jambi

Jambi, Juni 2023

Dewan Penguji Sidang Skripsi

No	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	HATTA ABDI MUHAMMAD, S.IP., M.I.P. 199301042019031014	Penguji Ketua	
2	HARYADI, S.H., M.H 196005121988031001	Pembimbing Ketua	
3	DIMAS RIZAL, S.SOS., M.SI. 201504081006	Pembimbing Anggota	

Mengetahui,

Dekan Fakultas Hukum

Dr. Usman, S.H., M.H.
NIP 196405031990031004

Kupersembahkan Skripsi ini pada:
Kedua Orang Tuaku, Kakak dan Ponakanku
Almamater tercinta

“Berbagi apa yang kau ketahui dan
pelajari apa yang belum kau ketahui”

SURAT PERNYATAAN

NAMA : INDRA RONALDO LUMBANGAOL
NIM : H1B117046
FAKULTAS : HUKUM
PROGRAM STUDI : ILMUPOLITIK
JUDUL : ANALISIS PERANAN MEDIA MASSA
TERHADAP KAMPANYE POLITIK AL
HARIS- SANI DI KOTA JAMBI DALAM
PEMILIHAN GUBERNUR PROVINSI JAMBI
TAHUN 2020
ALAMAT : JL. KEMAJUAN BLOK Q NO.21
NO. HP : 082280195729

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penciplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Jambi, maupun di Perguruan Tinggi lainnya;
2. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang undangan yang berlaku.

Jambi, Juni 2023
Yang Membuat Pernyataan

Indra Ronaldo Lumban Gaol
H1b117046

INTI SARI

Pemilihan Kepala Daerah serentak tahun 2020 dimasa pandemi *covid-19* menjadi tantangan baru bagi politisi dalam berkampanye yang berfokus pada media massa. Penelitian ini bertujuan mengetahui peranan media massa terhadap terhadap kampanye politik Pasangan calon al haris- sani di Kota Jambi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada peranan media massa terhadap kemenangan pasangan calon al haris sani dalam pemilihan gubernur provinsi jambi, Bahwa peranan media massa terhadap kemenangan pasangan calon al haris sani memberikan peranannya pada ruang yang disediakan media massa dalam beriklan politik seperti ruang display iklan yang menampilkan foto kandidat biasanya ini berada pada halaman web atau ruang iklan dikoran berita yang mereka cetak, ruang berita iklan berita fertorial bentuknya seperti berita tapi sebenarnya iklan yang bertujuan untuk memberikan pesan politik kepada masyarakat. Media massa kemudian memberikan informasi berita kepada masyarakat tanpa mengabaikan kaidah jurnalisme.

Kata Kunci : Media, Peranan, efek media, Kognitif, SOR

ABSTRACT

Simultaneous Regional Head Elections in 2020 during the co-19 pandemic are a new challenge for politicians in campaigning that focuses on the mass media. This study aims to determine the role of the mass media in the political campaign of the al Harissani candidate pair in Jambi City. This study uses a qualitative research method with a descriptive approach. Data collection techniques in this study by interviews. The results showed that there was a role for the mass media in the victory of the al haris sani candidate pair in the election of the Jambi provincial governor. Usually these candidates are on web pages or in advertisement space in the news newspapers that they print, newsrooms in fertorial news advertisements look like news but are actually advertisements that aim to convey political messages to the public. The mass media then provide news information to the public without ignoring the principles of journalism.

Keywords: Media, Role, media effects, Cognitive, SOR

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kehadiran Tuhan yang Maha Esa, yang telah melimpahkan berkah dan rahmatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini guna melengkapi syarat untuk mendapat gelar sarjana Strata Satu (S.1) pada Program Studi Ilmu Politik Fakultas Hukum Universitas Jambi. Skripsi ini yang berjudul **“ANALISIS PERANAN MEDIA MASSA TERHADAP KAMPANYE POLITIK AL HARIS- SANI DI KOTA JAMBI DALAM PEMILIHAN GUBERNUR PROVINSI JAMBI TAHUN 2020”**.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan didalamnya masih banyak kelemahan dan kekurangan, namun penulis telah berupaya semaksimal mungkin untuk memberikan yang terbaik.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis tidak lepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak . Teruntuk yang teristimewa dan terkasih, kepada Ayahanda Tombang Lumbangaol dan Ibunda Setina Tampubolon yang telah memberikan segala pengorbanan serta Do’a terbesarnya sehingga saya dapat menyelesaikan perkuliahan, Serta Kakak Evelyn, kakak Justin, Kakak Josua, Kakak Dewi, Kakak Cici dan Saudara Ipar semuanya serta Keponakan terkasih yang telah memberikan motivasi terbesar penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi dan Penulis menghaturkan terima kasih atas kontribusi besar dari Bapak Haryadi, S.H., M.H sebagai pembimbing I, bapak Dimas Rizal S.Sos.,M.Si sebagai pembimbing II dan HATTA ABDI MUHAMMAD, S.IP.,M.I.P. yang telah membimbing, mengoreksi dan memberi masukan selama proses penyusunan

skripsi ini.

Di samping itu, dalam kesempatan ini dengan setulus hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih terutama :

1. Bapak Prof. Drs. H. Sutrisno, M.Sc., Ph.D. Rektor Universitas Jambi yang telah menyediakan fasilitas sebagai penunjang bagi penulis pada semasa perkuliahan
2. Bapak Dr. Usman., S.H., M.H Dekan Fakultas Hukum Universitas Jambi yang telah memberikan motivasi dan dukungan moril semasa perkuliahan kepada penulis.
3. Ibu Dr. Muskibah, S.H., M.Hum Wakil Dekan Bidang Akademik, Kerja sama, dan sistem informasi yang telah membantu dalam masa perkuliahan.
4. Bapak Dr. H. Umar, S.H., M.H Wakil Dekan Bidang Umum, Perencanaan, dan Keuangan yang telah menyediakan pelayanan semasa perkuliahan.
5. Bapak Dr. Zarkasih S.H., M.H Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni yang telah berjasa dalam membimbing, memotivasi, memfasilitasi dengan baik kegiatan kemahasiswaan dalam masa perkuliahan.
6. Bapak Dr. Arfa'I, S.H., M.H, Ketua Jurusan Ilmu Sosial dan Ilmu Politik pada Fakultas Hukum Universitas Jambi yang telah berjasa dalam memberikan fasilitas dan banyak menambah ilmu dalam masa perkuliahan.
7. Bapak Moh. Arief Rakhman, S.IP., M.I.Pol Ketua Program Studi Ilmu Politik Universitas Jambi yang telah membantu dan mengarahkan penulis.
8. Bapak Iskandar Zulkarnain, S.H., M.H Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan menyetujui KRS penulis setiap semester.

9. Seluruh Dosen Fakultas Hukum Universitas Jambi yang telah memberikan ilmu selama masa perkuliahan berlangsung dan membimbing sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi.
10. Pihak Tim Sukses Bapak Musri Nauli dan Andi Khatulistiwa yang telah membantu penulis dalam mendapatkan data Penelitian.
11. Pihak Pimpinan Redaksi Media Berkabar.id dan Tribun Jambi yang telah membantu penulis dalam mendapatkan data penelitian.
12. Pihak Narasumber yang telah membantu penulis.
13. Teruntuk Citra Arie Damanik yang masih setia memberikan support terhadap penulis.
14. Teruntuk rekan rekan PMKRI yang telah memberikan support kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan Skripsi.
15. Untuk semua teman – teman Program Studi Ilmu Politik angkatan 2017 yang berjuang bersama-sama demi mencapai gelar sarjana.
16. Untuk semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk kemajuan ilmu pengetahuan kedepan dan penulis dengan senang hati menerima kritikan dan saran yang membangun dari pembaca.

Jambi, Juni 2023

Penulis,

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN.....	v
INTI SARI.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR DIAGRAM.....	xvi
DAFTAR SINGKATAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Landasan Teori	12
1.6 Kerangka berpikir.....	33
1.7 Metode penelitian	34
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	44
2.1 Gambaran Umum Wilayah Kota Jambi	44
2.2 Visi – Misi Pasangan Calon Gubernur Al Haris – Sani	50
2.4 Tribunjambi.com	53
2.5 Berkabar.id	55
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
3.1 Peranan Media terhadap Kampanye Politik Al Haris- Sani di Kota Jambi..	56
3.1.1 Stimulus.....	xi
	59

3.1.2 Komunikan (Organism).....	65
3.1.3 Efek (Response).	68
BAB IV PENUTUP	75
4.1 Kesimpulan.....	75
4.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN LAPIRAN.....	79
CURICULUM VITAE.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hitung Suara Pemilihan Gubernur.....	6
TabeL 1.2 Hitung Suara Pemilihan Gubernur Tingkat Kecamatan.....	7
Tabel 1.3 Informan Penelitian	36
Tabel 2.1 Jumlah Penduduk Kota Jambi Tingkat Kecamatan	47
Tabel 2.2 Jumlah Rata Rata Kepadatan Penduduk	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 peta geografis kota jambi	45
Gambar 2.2 Gambar Pasangan Calon Gubernur Alharis Sani	50

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1.1 Hasil Hitung Suara Pemilihan Gubernur Jambi Tahun 2020.....	5
Diagram 1.2 Hasil Hitung Suara Tingkat Kecamatan Kota Jambi	7
Diagram 1.3 Stimulus- Organism-Respons	16

DAFTAR SINGKATAN

AJI	Asosiasi Jurnalis Independent
GAMKI	Gerakan Angkatan Muda Indonesia
GEMA	Gerakan Milenial
KOMCAB	Komisariat Cabang
KPU	Komisi Pemilihan Umum
PEMILU	Pemilihan Umum
PERPPU	Peraturan Pemerintah Pengganti Undang undang
PILKADA	Pemilihan Kepala Daerah
PMKRI	Perhimpunan Mahasiswa Katolik Republik Indonesia
PWI	Persatuan Wartawan Indonesia
SOR	Stimulus Organism Respons

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Negara yang menganut sistem pemerintahan demokrasi maupun sedang membangun demokrasi. Partai politik menjadi sarana demokrasi yang bisa berperan sebagai pilar penegak *civil society* dan memiliki peran strategis untuk membangun dan memberdayakan masyarakat. Demokrasi adalah pengaturan kelembagaan untuk membuat keputusan politik yang mengikat dengan cara responsif terhadap pandangan masyarakat serta suatu pengaturan kelembagaan yang dilakukan orang untuk mengatasi apa yang dapat disebut keadaan politik.¹ Indonesia merupakan negara demokrasi, dimana kekuasaan tertinggi berada ditangan rakyat, kekuasaan ini dipakai oleh masyarakat pada pemilihan umum, sehingga pemilu dianggap lambang, sekaligus tolak ukur dari demokrasi itu.² Dalam demokrasi yang ditandai dengan adanya pemilihan umum (pemilu) yang teratur bebas dan adil, serta kompetitif, tidak ada unsur paksaan, apalagi secara berlebihan dari negara kepada rakyat, yang artinya rakyat. Hasil pemilihan umum yang diselenggarakan dalam suasana keterbukaan dengan kebebasan berpendapat dan kebebasan berserikat, dianggap mencerminkan walaupun tidak begitu akurat, partisipasi dan kebebasan masyarakat. Dalam proses merebut kekuasaan partai politik menjadi kendaraan politik untuk duduk dibangku kekuasaan sehingga harus membangun citra kader untuk dicalonkan memperoleh kepercayaan pada masyarakat sehingga mendapat

¹ Richard s. Katz dan William Crotty, *Handbook Partai Politik*, (Bandung : Penerbit Nusa Media, 2014), hlm. 73.

² Marsono, *Pemilihan umum 1974: Pedoman, Peraturan, dan Pelaksanaan*, (Jakarta: Djambatan, 1996) , hlm 1.

empati dan menarik masyarakat memilih pasangan calon mereka pada proses pemilihan umum, sehingga citra partai politik yang baik harus tetap dibangun. Citra bagi sebuah partai politik juga penting perannya dalam membangun persepsi masyarakat untuk mau ikut serta mendukung eksistensi partai tersebut dalam penyelenggaraan negara. Partai politik juga harus melihat citra paslon yang akan mereka calonkan dalam Pemilihan Legislatif dan Legislatif. Elemen demokrasi lainnya adalah kebebasan pers yang kelak membangun kesadaran politik masyarakat.

Kontribusi media cukup signifikan terhadap konstruk kesadaran, pemahaman dan perilaku politik masyarakat, termasuk kehadiran media yang turut mempengaruhi perilaku politik. Karena itu, dalam penyampaian berita berita maupun informasi kepada publik harus bersandar pada berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk. Dalam Kode Etika Jurnalistik disebutkan bahwa pemberitaan peristiwa atau fakta sesuai dengan suara hati nurani tanpa campur tangan, paksaan, dan intervensi dari pihak lain termasuk pemilik perusahaan pers.³

Berbagai persoalan yang mengiringi pola dan intensitas berpolitik di kalangan yang dilatari dari besarnya pengaruh media massa. Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan- pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alat- alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio dan TV. ⁴ . Media juga dapat menjadi sumber dominan yang

³ Putri Azzahra Anwar et al., “MEDIA MASSA DAN CITRA POLITIK DI INDONESIA Media Massa Dan Citra Politik Di Indonesia View Project,” no. January (2019): 2–4.

⁴ Hafied Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta: PT Raja Grafindo

dikonsumsi oleh masyarakat untuk memperoleh gambaran dan citra realita sosial baik secara individu maupun kolektif, dimana media menyajikan nilai-nilai dalam penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan.⁵

Perkembangan media tersebut lebih banyak dipicu oleh banyaknya kebutuhan akan informasi yang cepat akurat dan dapat dipercaya. dalam perkembangan budaya dan teknologi tidak terlepas dari media yang ada. Bahkan media baik media massa sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari perkembangan budaya manusia saat ini. Setiap orang sangat membutuhkan media. Informasi yang ada di media menjadi kebutuhan pokok bagi individu, masyarakat, organisasi bahkan budaya suatu daerah. Semakin berkembangnya teknologi media massa dalam menyampaikan informasi dan hiburan, maka manusia tak akan pernah bisa lepas dari pengaruh media massa tersebut. Memang benar kampanye politik, baik lewat iklan yang terang –terangan ataupun berita yang merupakan iklan terselubung.

Namun, Peran media dalam kampanye pemilu sangatlah penting. Hampir tidak ada satupun Politisi yang tidak menggunakan media dalam sosialisasi dan kampanye Politisi dan Partai. Pada beberapa partai politik dan politisi, biaya dan anggaran terbesarnya banyak dialokasikan untuk belanja iklan di media. Karena media dianggap sebagai sarana yang efektif dan masif dalam menginformasikan dan memperkenalkan suatu partai berikut program-programnya. Selain visi misi partai, tentunya sosok personal caleg-caleg dari masing-masing partai banyak

Persda.2002).h.134

⁵ Daniel Mc Quail.*Teori Komunikasi Massa*.(Jakarta:Erlangga.2005).h. 3

bermunculan dan menghias wajah media massa baik elektronik maupun cetak.⁶

Media bisa mengonstruksi cara pandang khalayak terkait peristiwa-peristiwa seputar pemilu. Dalam melakukan peran tersebut, media bisa berada pada posisi membela kemapanan, mempertahankan rezim atau menumbuhkan perubahan melalui pemikiran-pemikiran kritis.⁷

Pemilihan kepala daerah di Indonesia pada tahun 2020 digelar secara serentak di beberapa tingkat provinsi dan kabupaten/kota, Ada 9 provinsi yang akan menggelar pilkada pada tahun 2020. Pilkada untuk 9 provinsi itu akan dilakukan serentak dengan Pilkada tingkat Kabupaten dan Kota. Provinsi Jambi merupakan salah satu provinsi yang melaksanakan pesta demokrasi lima tahunan untuk memilih pemimpin baru yaitu Pemilihan Kepala Daerah secara serentak tahun 2020 di masa pandemi Covid-19. Menurut Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2020 tentang Pemilihan Kepala Daerah (Perppu Pilkada) yang dikeluarkan oleh pemerintah untuk menggeser waktu pelaksanaan Pilkada 2020 dari semula tanggal 23 September menjadi 9 Desember 2020 akibat menyebarnya pandemi Covid-19.

Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Jambi menetapkan pasangan calon (Paslon), Dr. H. Al Haris, S.Sos., M.H. dan Drs. H. Abdullah Sani, M.Pd.I, dengan partai pengusung PAN, PKB dan PKS sebagai pemenang Pemilihan Gubernur atas dua pasangan calon lainnya. Drs. H. Cek Endra dan Hj. Ratu Munawaroh dengan partai pengusung PDIP dan Golkar dengan perolehan suara

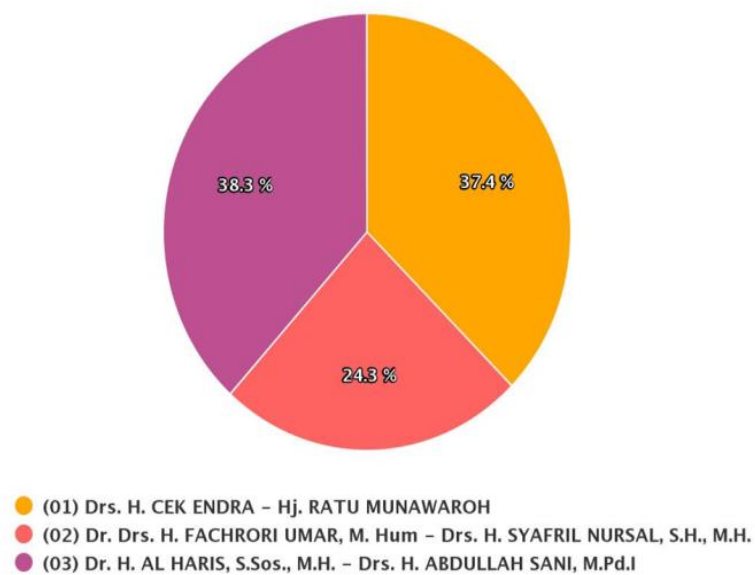
⁶ Husnul Khatimah, "Posisi Dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat," *Tasamuh* 16, no. 1 (2018): 119–138.

⁷ Elfi Yanti Ritonga, "Teori Agenda Setting Dalam Ilmu Komunikasi," *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study* 4, no. 1 (2018): 32.

587.918 atau 37.44% dan Dr. Drs. H. Fachrori Umar, M. Hum dan Drs. H. Syafril Nursal, S.H., M.H., dengan partai pengusung Gerindra, Demokrat, PPP, Hanura dengan perolehan suara 381.634 atau 24.3%⁸ atau dengan diagram sebagai berikut:

Diagram 1.1

Hasil Hitung Suara Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jambi
2020



Sumber: Data dari KPU Pilkada 2020

Dari data masuk di Provinsi Jambi sebanyak 11 Kabupaten/Kota dalam Pilkada Serentak 2020 didapatkan hasil rekapitulasi data di Kabupaten/Kota Provinsi Jambi sebagai berikut:

⁸ <https://pilkada2020.kpu.go.id/#/pkwkp/rekapitulasi/15> (diakses pada 10/03/2022)

Tabel 1.1 Hitung Suara Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jambi 2020

No.	Kabupaten/Kota		(01)	(02)	(03)
1.	Kerinci	100%	29.717	50.330	26.909
2.	Merangin	100%	34.443	16.122	116.100
3.	Sarolangun	100%	82.902	9.556	37.027
4.	Batanghari	100%	63.045	30.555	58.249
5.	Muaro Jambi	100%	62.748	27.746	65.008
6.	Tanjung Jabung Barat	100%	69.117	31.934	45.929
7.	Tanjung Jabung Timur	100%	53.401	24.862	45.660
8.	Bungo	100%	52.339	78.927	31.313
9.	Tebo	100%	54.519	37.224	41.342
10.	Kota Jambi	100%	74.407	38.421	126.334
11.	Kota Sungai Penuh	100%	11.280	35.957	6.862
	Jumlah		587.918	381.634	600.733

Sumber: Data diolah dari KPU Pilkada 2020

Keterangan:

(01) Drs. H. Cek Endra – Hj. Ratu Munawaroh

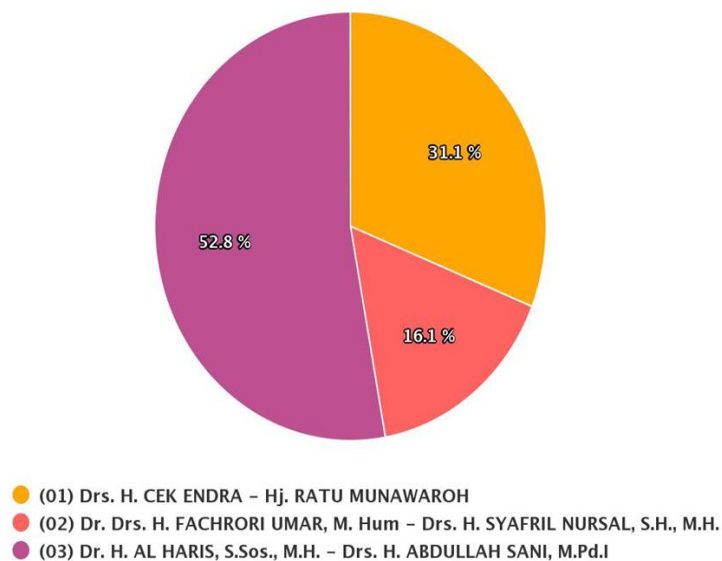
(02) Dr. Drs. H. Fachrori Umar, M. Hum – Drs. H. Syafril Nursal, S.H., M.H.

(03) Dr. H. Al Haris, S. Sos., M.H. – Drs. H. Abdullah Sani, M.Pd.I.

Dapat dilihat dari Tabel 1.1 di atas Kota Jambi merupakan Kota atau Kabupaten dengan *persentase* Kemenangan pasangan calonurut 3 terbanyak nomor dua setelah kabupaten merangin. Fokus penelitian ini pada Kota Jambi dikarenakan Peluang untuk mengakses media massa pada masyarakat Kota Jambi yang cukup besar di wilayah perkotaan. Peluang dan kesempatan untuk mengakses media, baru dinikmati oleh sebagian warga masyarakat yang tinggal di wilayah perkotaan maupun ibu kota.⁹

Dari hasil rekapitulasi perolehan suara pemilihan Gubernur Jambi di Kota Jambi dapat dilihat pada diagram sebagai berikut :

⁹ Thaha, H. (2009). Media Massa Dan Masyarakat. *AL TAJDID*, hlm11.

Diagram 1.2

Sumber: Data dari KPU Pilkada 2020

Dari data masuk di Kota Jambi sebanyak 11 Kecamatan dalam Pilkada Serentak 2020 didapatkan hasil rekapitulasi data di Kecamatan sebagai berikut:

Table 1.2 Hitung Suara Pemilihan Gubernur dan Wakil gubernur tingkat kecamatan

Wilayah		(01)	(02)	(03)
TELANAIPURA	100.00 %	5.186	3.570	10.786
JAMBI SELATAN	100.00 %	6.798	3.077	13.102
JAMBI TIMUR	100.00 %	10.706	4.497	12.173
PASAR JAMBI	100.00 %	1.689	770	1.983
PELAYANGAN	100.00 %	1.173	735	4.206
DANAU TELUK	100.00 %	1.173	1.297	3.677
KOTA BARU	100.00 %	9.733	4.859	15.922
JELUTUNG	100.00 %	8.322	3.828	11.673
ALAM BARAJO	100.00 %	11.426	7.082	20.427
DANAU SIPIN	100.00 %	6.313	3.073	8.735
PAAL MERAH	100.00 %	11.818	5.566	23.568

Sumber: Data dari KPU Pilkada 2020

Dapat dilihat pada tabel 1.2 pada setiap kecamatan yang ada di kota jambi perolehan suara pasangan calon nomor urut 03 menang di setiap kecamatan. Hal ini

Menarik, karena proses Pemilihan umum kepala daerah yang terlaksana pada masa *pandemic covid 19*, masa kampanye yang dilakukan oleh pasangan calon terbatas dikarenakan adanya pembatasan kegiatan masa *pandemic*, hal membuat media menjadikan ini sebagai alat komunikasi politik untuk pemberitaan visi dan misi serta kegiatan politik yang dilakukan pasangan calon sehingga dapat memberikan realitas sosial yang ada pada masyarakat, tak jarang pasangan calon muncul pada pemberitaan media nasional hingga local. Bahkan pasangan calon nomor urut 3 hingga viral pada aplikasi social media tiktok dan menjadi bahan pembicaraan media.

Sebagaimana penelitian terkait yang dilakukan oleh Heri Supriana “Pengaruh Media Massa Terhadap Citra Partai Politik (Studi Pada Desa Budi Aji Kecamatan Simpang Pematang Kabupaten Mesuji)”, tujuan penelitian untuk meneliti pengaruh terpaan media pada image atau citra partai politik pada masyarakat desa budi aji. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dan menggunakan kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh media massa terhadap citra partai politik, terbukti dengan hasil perhitungan diperoleh hasil $r_{xy} = 0.34$ dengan signifikan = 0.739 dengan ($P < 0.05$). signifikan atau ada pengaruh. Artinya terdapat pengaruh antara media massa dengan citra partai politik di Desa Budi Aji. Pengaruh yang diterbitkan melalui media massa dapat mengubah pemilih untuk mengikuti citra partai politik tersebut, dimana media adalah sebagai sumber pengetahuan bagi masyarakat, sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi pemikiran masyarakat Desa Budi Aji. Masyarakat seharusnya dalam menerima setiap informasi dari media apapun harus memperhatikan setiap

informasi yang dipublikasikan oleh media massa, dan jangan mudah terpengaruh dan mengikuti berita-berita yang belum jelas kebenaran ¹⁰

Kedua Penelitian oleh Ari Candrawati "Pengaruh Berita Korupsi Anggota Dprd Kota Malang Periode 2014-2019 Pada Media Detik.Com Terhadap Citra Lembaga Legislatif (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2015)" penelitian ini menggunakan teori agenda setting, menggunakan metode kuantitatif, Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah ada Pengaruh Berita Korupsi Anggota DPRD Kota Malang Periode 2014-2019 Pada Media Detik.com Terhadap Citra Lembaga Legislatif Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMS 2015. Penelitian ini sudah dilaksanakan mulai Januari hingga April 2019 di lingkungan Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan responden 113 mahasiswa. Hasil penelitian dengan teori agenda setting menunjukkan bahwa ada pengaruh berita kasus korupsi anggota DPRD Kota Malang periode 2014-2019 pada media Detik.com terhadap citra lembaga legislatif pada mahasiswa ilmu komunikasi UMS 2015.¹¹

Ketiga penelitian oleh Nurul Hidayat "Pemasaran Politik (Political Marketing) Tomy Satria Yulianto (Tsy) Dalam Menghadapi Pemilihan Kepala Daerah Di Kabupaten Bulukumba Periode 2020-2025" Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pemasaran Politik (Political Marketing) Tomy Satria Yulianto (TSY) Dalam Menghadapi Pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Bulukumba

¹⁰ Heri Supriana "Pengaruh Media Massa Terhadap Citra Partai Politik (Studi Pada Desa Budi Aji Keamatan Simpang Pematang Kabupaten Mesuji)" (Pemikiran Politik Islam- Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017) Hlm 66-69

¹¹ Ari Candrawati, "Pengaruh Berita Korupsi Anggota Dprd Kota Malang Periode 2014-2019 Pada Media Detik.Com Terhadap Citra Lembaga Legislatif (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2015)" (Program Studi Ilmukomunikasi- Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2019) Hlm. 25-27

Periode 2020-2025. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif yaitu tidak untuk menguji hipotesis tertentu melainkan untuk menemukan gambaran mengenai pemasaran politik yang digunakan oleh Tomy Satria Yulianto (TSY) dalam menghadapi pilkada kabupaten Bulukumba periode 2020-2025. Data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini diperoleh dari keterangan informan yaitu orang-orang yang dianggap mengetahui dan bisa dipercaya dalam memberikan informasi yang akurat dengan menggunakan dua macam data yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi langsung ke lokasi penelitian, wawancara secara mendalam dan dokumentasi di lokasi penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pemasaran Politik (Political Marketing) Tomy Satria Yulianto (TSY) Dalam Menghadapi Pemilihan Kepala Daerah Di Kabupaten Bulukumba Periode 2020-2025 menggunakan pendekatan pemasaran politik (push marketing, pull marketing dan pass marketing) untuk menambah lumbung suara miliknya karena pada pemilihan kemarin ada beberapa janji politik yang tidak terealisasikannya saat menjabat sebagai wakil di periode sebelumnya, perbedaan dengan penelitian ini subjek penelitian yang berbeda dan pemakaian teori yang berbeda.¹²

Pemberitaan media massa pada pembentukan realitas sosial yang ada, Maka penulis melakukan penelitian dengan judul **ANALISIS PERANAN MEDIA MASSA TERHADAP KAMPANYE POLITIK AL HARIS- SANI DI KOTA**

¹² Nurull hidayat, “Pemasaran Politik (*Political marketing*) Tomy Satria Yulianto (Tsy) dalam menghadapi Pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Bulukumba Periode 2020-2025”.

JAMBI DALAM PEMILIHAN GUBERNUR PROVINSI JAMBI TAHUN 2020.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka penulis merumuskan masalah adalah Bagaimana Peranan Media Massa terhadap Kampanye politik Pasangan calon al haris- sani ?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui peranan media massa terhadap terhadap kemenangan Pasangan calon al haris- sani di Kota Jambi .

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai, pada penelitian ini juga memberikan manfaat kepada sebuah bidang yang membutuhkan referensi dalam penulisan yang berkaitan selanjutnya. Untuk itu dalam penelitian ini memiliki dua manfaat yaitu:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang sangat berarti pada pengembangan ilmu politik, khususnya kajian peranan media massa dan diharapkan dapat menjadi pedoman untuk penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memperjelas tentang Peranan Media massa terhadap terhadap kemenangan Pasangan calon al haris- sani dikalangan masyarakat luas terkhususnya masyarakat Kota Jambi.

1.5 Landasan Teori

1.5.1 Teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R)

Teori S-O-R merupakan sebuah singkatan dari Stimulus- Organism-response. Teori ini berasal dari ilmu psikologi yang kemudian beralih menjadi sebuah teori komunikasi. Hal ini tentu Hal tidak perlu dipertanyakan, karena objek material dari psikologi dan komunikasi adalah sama, yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen yang meliputi : sikap opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi.¹³

Teori ini beranggapan bahwa adanya dampak atau sebuah pengaruh merupakan sebuah reaksi dari penerima terhadap pesan atau stimulus yang dapat berupa lisan, tulisan, gambar yang diterima. Hal tersebut mengakibatkan besar atau kecilnya pengaruh yang timbul tergantung dari isi dan penyampaian stimulus tersebut.¹⁴ Teori ini mengasumsikan bahwa pesan informasi disiapkan oleh media massa dan didistribusikan secara sistematis dalam skala yang luas. Sehingga pesan tersebut akan sampai dan diterima secara serempak oleh sejumlah besar individu.

Menurut teori ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus, sehingga orang juga dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara isi pesan dan reaksi komunikan. Efek-efek media massa menarik bagi dua golongan, yaitu: golongan yang ingin berhubungan dengan orang lain dan ingin menggunakan saluran efektif menuju khalayak, serta golongan yang takut akan dampak negatif dari media massa. Pola yang dihasilkan dari model S-O-R ini dapat dapat

¹³ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), hlm 254

¹⁴ Sasa Djuarsa Sendjaja, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Universitas Terbuka, 2007), hlm 324

berlangsung secara positif maupun negatif. Sebagai contoh saat kita menyapa seseorang dan dibalas dengan baik ini merupakan sebuah respon positif. Namun saat kita menyapa dan kemudian diacuhkan ini merupakan sebuah respon negatif. Hal itu juga yang menjadi dasar dari teori jarum hipodermik yang tidak jauh berbeda dengan model S-O-R. Model S-O-R berasal dari model stimulus-respons menurut pendekatan psikologi dimodifikasi oleh De Fleur dengan memasukan unsur organisme. Dapat dikatakan unsur-unsur dari model ini adalah:¹⁵

1) Pesan (Stimulus)

Stimulus yang disampaikan pada organisme (individu) akan dijawab dengan adanya perhatian terhadap isi. Pada proses ini terdapat kegiatan-kegiatan dari komunikator yang memberikan informasi mengenai stimulus. Informasi pada awalnya belum mempunyai arti, dan baru sampai pada tahap introspeksi.

Stimulus (rangsang) yang diberikan pada organisme dapat diterima atau ditolak. Selain itu stimulus merupakan rangsangan dari sebuah isi pesan dari produk dari produsen yang ditujukan kepada khalayak atau konsumen. Apabila stimulus tersebut tidak diterima atau ditolak berarti stimulus itu tidak efektif mempengaruhi perhatian individu dan berhenti disini. Tetapi bila stimulus diterima oleh organisme berarti ada perhatian dari individu dan stimulus tersebut efektif. Rancangan stimulus dalam penelitian ini terdiri dari isu dari media . Apabila stimulus telah mendapat perhatian dari organisme (diterima) maka mengerti stimulus ini dan dilanjutkan kepada proses berikutnya.

¹⁵ Hoeta Soehoet, *Teori Komunikasi 2* (Jakarta: IISIP, 2002), hlm 26

2) Komunikan (Organism)

Setelah itu organisme mengolah stimulus tersebut sehingga terjadi kesediaan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya (bersikap). Rancangan organisme dalam penelitian ini adalah Masyarakat Kota Jambi. Akhirnya dengan dukungan fasilitas serta dorongan dari lingkungan maka stimulus tersebut mempunyai efek tindakan dari individu tersebut (perubahan perilaku) yang disebut dengan respon.

3) Efek (Response).

Rancangan respon dalam penelitian ini adalah pemilihan umum. Selanjutnya teori ini mengatakan bahwa perilaku dapat berubah hanya apabila stimulus (rangsang) yang diberikan benar-benar melebihi dari stimulus semula. Stimulus yang dapat melebihi stimulus semula ini berarti stimulus yang diberikan harus dapat meyakinkan organisme. Dalam meyakinkan organisme ini, faktor reinforcement memegang peranan penting. Selanjutnya teori ini mengatakan bahwa perilaku dapat berubah hanya apabila stimulus (rangsang) yang diberikan benar-benar melebihi dari stimulus semula. Stimulus yang dapat melebihi stimulus semula ini berarti stimulus yang diberikan harus dapat meyakinkan organisme. Dalam meyakinkan organisme ini, faktor reinforcement memegang peranan penting. Selanjutnya teori ini mengatakan bahwa perilaku dapat berubah hanya apabila stimulus (rangsang) yang diberikan benar-benar melebihi dari stimulus semula. Stimulus yang dapat melebihi stimulus semula ini berarti stimulus yang diberikan harus dapat meyakinkan organisme. Dalam meyakinkan organisme ini, faktor reinforcement memegang peranan penting, dalam proses perubahan sikap, sikap komunikan dapat

berubah jika stimulus yang menerpanya benar-benar melebihi dari yang dialaminya. timbul dapat berupa perubahan sikap, baik dari sisi kognitif, afektif, atau behavioral, dalam berkomunikasi juga dikatakan bahwa berkenaan dengan perubahan sikap adalah dari aspek “bagaimana” bukan pada aspek “apa” dan “mengapa”. Lebih jelasnya adalah *how to communicate*, dalam hal ini *how to change the attitude*, bagaimana mengubah sikap komunikan.¹⁶

Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan memungkinkan untuk ditolak maupun diterima. Komunikasi sendiri akan berlangsung jika adanya sebuah perhatian dari komunikan. Jika perhatian itu berjalan, proses berikutnya adalah komunikan mengerti. Inilah yang menentukan langkah selanjutnya, apakah pesan itu diterima atau tidak oleh komunikan. Setelah komunikan menerima dan mengolahnya, maka terjadilah kesediaan atau keadaan untuk mengubah sikap.¹⁷

Dalam buku “Sikap Manusia, Perubahan serta Pengukurannya”, Prof. Dr. Mar'at mengutip salah satu pendapat dari Hovland, Janis, dan Kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting, yaitu perhatian, pengertian, dan penerimaan. Teori S-O-R juga mengatakan bahwa perubahan sikap hanya dapat terjadi apabila stimulus atau rangsangan yang diberikan lebih kuat daripada stimulus semula. Hal ini yang bisa mengakibatkan apakah stimulus tersebut ditolak atau diterima oleh masing-masing individu.

Teori ini juga mendasarkan suatu asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan sikap tergantung kepada kualitas stimulus atau rangsangan kepada

¹⁶ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), hlm 255

¹⁷ *Ibid.*, hlm 256

organisme yang dituju. Apakah stimulus tersebut kredibel atau tidak, hal tersebut juga akan menentukan apakah stimulus yang diberikan akan diterima dan dapat mempengaruhi perubahan sikap dari individu yang merupakan organismenya atau ditolak dan tidak memberikan pengaruh apapun. Teori S-O-R secara jelas dilihat dari bagan sebagai berikut:



Diagram 1.3 Model Teori S-O-R

1.5.2 Kampanye Politik

Kampanye politik menurut Kotler dan Roberto (1998) (dalam Cangara, 2014: 229) *“Campaign is an organized effort conducted by one group (the change agen) wich intends to persuade others (the target adopters), to accept, modify, or abandon certains ideas, attitudes, practices and behavior.”* Kampanye adalah suatu usaha yang diorganisasi oleh satu kelompok (agen perubahan) yang ditujukan untuk memersuasi target sasaran agar bisa menerima, memodifikasi atau membuang ide, sikap dan prilaku tertentu. Usaha-usaha kelompok agen perubahan yang dimaksud Kotler dan Roberto diatas dapat berupa peristiwa yang di dramatisasi. Ini yang membuat Richard A. Joslyn (dalam Cangara, 2014: 230) mengibaratkan kampanye politik tidak ada bedanya dengan adegan drama yang dipentaskan para aktor- aktor politik.

Kualitas hasil perubahan yang telah diusahakan dalam kampanye politik, sangat tergantung pada seberapa rasional pertimbangan yang dijadikan dasar oleh khalayak dalam menentukan pilihan. Kampanye secara sederhana dapat digambarkan sebagai usaha memengaruhi khalayak sedemikian rupa, sehingga khalayak akan membuat pertimbangan mengenai hasrat, kebutuhan, serta selera politik mereka untuk dijadikan dasar memilih atau mengubah pilihan atas kandidat partai politik peserta pemilihan umum yang mereka sukai dalam memilih. (Sayuti, 2014: 104).

Kampanye politik juga merupakan tindakan politik yang lebih analog dengan menjajakan produk politik yang sudah siap konsumsi dan harus dijual kepada khalayak calon pemilih dengan segala resiko yang mungkin terjadi seperti tidak diminati oleh khalayak calon pemilih. Kampanye politik bersifat *produk based* atau *pruduk driven*. Kampanye politik dilaksanakan ketika jadwal pemilihan umum telah ditetapkan, serta kandidat telah ditentukan oleh dan disahkan keikutsertaannya sebagai kontestan pemilihan umum (Sayuti, 2014: 104). Dalam praktiknya strategi dari penyusunan pesan dalam kampanye politik sangat tergantung dari rancangan peran *spin doctor*. *Spin Doctor* atau dalam istilah lain *public relation politic* (PR politik) bertugas membanguncitra kandidat yang diusung dan memberi kesan negatif saingannya. (Louw dalam Cangara 2014: 230) PR politik adalah individu yang memiliki kemampuan menguasai publik, menggerakkan massa dan menguasai media sekaligus sebagai konseptor politik yang bertujuan memengaruhi (Graber dalam Cangara, 2014: 230).

Di Indonesia *Spin Doctor* atau yang biasa juga disebut sebagai manajer kampanye adalah orang yang menentukan pengarahannya opini publik dalam pencitraan kandidat. Ia menggunakan semua jalur komunikasi untuk membangun citra politisi yang diusungnya, dengan membentuk dan mengarahkan opini publik guna memenangkan pemilihan, sekaligus memengaruhi publik agar tujuan yang mereka inginkan dapat tercapai. Dengan menggunakan media komunikasi dalam pembentukan opini publik *spin doctor* mereka menggunakan cara-cara pemaksaan dalam kampanye menjadi bujukan. (Etman dalam Cangara, 2014: 232).

A. Pesan Dalam Kampanye Politik

Sebelum membahas lebih jauh pesan yang disusun dalam kampanye politik perlu dipahami terlebih dahulu apa yang dimaksud dengan pesan. Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna. Kemampuan manusia menciptakan simbol membuktikan bahwa manusia sudah memiliki kebudayaan yang tinggi dalam berkomunikasi, mulai dari simbol yang sederhana seperti bunyi, isyarat, dan warna sampai pada simbol- simbol yang dimodifikasi dalam bentuk sinyal-sinyal melalui gelombang udara, cahaya, seperti radio, televisi, dan satelit. Simbol adalah hasil kreasi manusia yang mengandung makna sehingga bisa digunakan dalam berkomunikasi antar sesama manusia (Cangara, 2014: 257). Simbol dalam pesan terdiri atas simbol verbal dan non verbal. Simbol verbal dalam pemakaiannya menggunakan bahasa. Simbol non verbal biasa disebut bahasa isyarat, bahasa tubuh (*body language*) atau bahasa diam (*silent language*). Dalam beberapa studi yang pernah dilakukan sebelumnya, simbol non verbal dapat dikelompokkan ke dalam

beberapa bentuk (Cangara, 2014: 257-259), antara lain:

a. Kinesik (*Kinesics*)

Kinesik merupakan simbol non verbal yang ditujukan oleh gerakan-gerakan tubuh. Misalnya emblems ialah isyarat yang memiliki arti langsung terhadap simbol yang dibuat oleh gerakan badan. Dalam salah satu adegan dalam video *Ketika Harus Memilih Prabowo atau Jokowi?* tampak sosok yang mirip dengan Megawati mengangkat jari telunjuk dan jari tengah membentuk huruf “V” mengisyaratkan nomor 2 yang menjadi nomor urut pasangan Joko Widodo dan Jusuf Kalla.

b. Sentuhan (*Touching*)

Sentuhan ialah isyarat yang dilambangkan dengan sentuhan badan, misalnya berjabat tangan, saling rangkul, dan menepuk pundak untuk menambah keakraban (Cangara, 2014: 260).

c. Intonasi suara (*Paralanguage*)

Intonasi ialah isyarat yang ditimbulkan oleh tekanan atau irama suara (Cangara, 2014: 260).

d. Gerakan Mata (*Eye Gaze*)

Mata merupakan alat komunikasi yang paling mendukung makna dalam memberi isyarat tanpa kata. Ungkapan “pandangan pertama” memiliki arti yang ditimbulkan oleh gerakan mata. Studi yang pernah dilakukan oleh para ahli psikologi tentang gerakan mata, disimpulkan bahwa bila seorang tertarik pada suatu objek tertentu, maka pandangannya akan terarah pada objek itu tanpa putus dalam waktu yang relatif lama

dengan bola mata cenderung lebih besar (Cangara, 2014: 261).

e. Diam (*Silent*)

Berbeda dengan tekanan suara, maka sikap diam juga sebagai simbol non verbal yang memiliki makna. Max Picard (dalam Cangara, 2014: 262) menyatakan bahwa diam tidak selamanya mengandung arti negatif, tetapi juga bisa melambangkan sikap positif.

f. Warna

Warna memberi arti terhadap suatu objek. Di Indonesia warna terkadang menjadi identitas utama kandidat dan partai politik yang mengusung kandidat.

g. logo

Logo dalam bahasa Inggris dikenal dengan sebutan *emblem* adalah lambang, lencana, atau tanda yang digunakan oleh suatu organisasi, perusahaan, partai, hingga negara. Logo menjadi simbol pesan yang memiliki multi makna mulai dari filosofi, visi, misi dan tujuan suatu organisasi atau lembaga. Hampir semua partai politik selain memiliki bendera sebagai simbol-simbol partai juga memiliki logo.

Pesan dari kampanye politik disusun dari gagasan kandidat peserta pemilihan umum (dalam hal ini calon presiden) seperti visi dan misi, kemudian ditawarkan kepada khalayak calon pemilih. Tetapi dalam banyak pemilihan umum, partai oposisi atau lawan salah satu kandidat cenderung mempersuasi khalayak dengan memberi citra buruk lawan politiknya (Sayuti, 2014: 109). Penggunaan model bahasa dalam

penyusunan pesan sangat menentukan efektivitas pesan yang disampaikan kepada khalayak. Penggunaan bahasa dalam penyusunan pesan kampanye politik disusun atas 3 teori (Cangara, 2014: 257). Teori tersebut adalah:

- a. *over power'em theory*: Teori ini menunjukkan bahwa pesan jika sering sekali diulang, panjang dan cukup keras, maka pesan itu akan berlalu dari khalayak.
- b. *glamor theory*: Suatu pesan (ide) yang dikemas dengan cantik, kemudian ditawarkan dengan gaya persuasi, maka akan tertarik untuk memiliki ide itu.
- c. *don't tele'em theory*: Bila suatu ide tidak disampaikan kepada orang lain, maka mereka tidak akan memegangnya dan menanyakannya. Karena itu mereka itu tidak akan membuat pendapat tentang ide itu.
- d. *one-side issue*: yaitu teknik penyampaian pesan dengan menonjolkan sisi kebaikan atau keburukan sesuatu. Artinya seorang juru kampanye dalam menyampaikan sesuatu harus memberi tekanan apakah pada kebaikannya atau sebaliknya pada keburukannya. Teknik penyampaian pesan seperti ini hanya cocok untuk mereka yang kurang berpendidikan, sehingga tidak mempunyai alternatif pilihan
- e. *two-side issue*: yaitu teknik penyampaian pesan dimana juru kampanye selain mengemukakan yang baik-baik, juga menyampaikan hal-hal yang kurang baik. Juru kampanye memberi kesempatan kepada khalayak untuk berfikir apakah ada keuntungan

jika mereka melaksanakan informasi yang diterimanya. Biasanya teknik seperti ini lebih cocok disampaikan kepada khalayak yang berpendidikan, dan memiliki sikap kritis yang tinggi.

B. Persuasi Politik

Persuasi politik dapat didefinisikan sebagai usaha yang disadari untuk mengubah sikap, kepercayaan, atau perilaku orang lain melalui transmisi pesan. Proses persuasi politik dapat ditinjau dari beberapa karakteristik persuasi. Karakteristik pertama, persuasi kadang dilakukan dengan berbagai tujuan, dan usaha komunikator untuk mencapai tujuan tersebut melalui beberapa media. Dengan kata lain persuasi adalah komunikasi yang bertujuan atau berkepentingan. Leonard Doob (Dalam Nimmo 2005) mengemukakan bahwa ada dua jenis persuasi, yaitu persuasi yang disengaja dan tidak disengaja. Sebagai contoh Doob membedakan agen periklanan yang ingin mempromosikan penjualan suatu produk (disengaja) dan ibu rumah tangga yang secara spontan memuji produk itu di depan seorang teman (takdisengaja). Dari contoh ini kita dapat menentukan indikator persuasi dari tujuan komunikator yang disadarinya, tetapi tidak untuk keseluruhan. Persuasi yang tidak disengaja bahkan terjadi dengan tidak adanya tujuan komunikator jika penerima pesannya merasakan adanya tujuan dalam motif atau pesan komunikator, dan ia menanggapinya (Nimmo, 2005: 119).

Karakteristik kedua dari persuasi adalah persuasi itu dialektis. Namun kita keliru jika mengira bahwa si A mempersuasi si B bila si A sekedar menghimbau dan si B memenuhi imbauan itu. Yang dimaksud dengan persuasi sebagai dialektis adalah suatu proses komunikasi dimana komunikator, dengan

sengaja atau tidak, memberikan perasaan responsif bagi orang lain yang dalam hal ini berkomunikasi. Maka bagian lain dari proses komunikasi ini adalah tanggapan berkomunikasi atau orang yang dipersuasi. Tanggapan ini dapat dilihat dari tindakan yang dilakukan berkomunikasi setelah mendapat persuasi, tindakan ini pula berbeda dari cara bertindak yang sekiranya akan dilakukan jika persuasi itu tidak ada. Yang menonjol dari tindakan ini adalah, tindakan ini berisi ungkapan opini yang merefleksikan perubahan dalam persepsi, kepercayaan, nilai, dan pengharapan. Jika misalnya, orang mengubah pandangannya tentang keadaan objek itu (kepercayaan) sebagai akibat informasi yang baru, atau salah informasi, dalam bentuk fakta, data, statistik, dan sebagainya, maka inilah persuasi (Nimmo, 2005: 119).

Dari beberapa karakteristik dan penjelasan dari persuasi ini, kita dapat menyimpulkan secara umum bahwa persuasi politik merupakan bagian dari pembicaraan politik. Lebih khusus persuasi politik adalah cara pembicaraan politik. Dengan sadar atau tidak, orang yang serta dalam politik bertujuan membuat orang lain bertindak dengan cara yang mungkin tidak akan dilakukan jika tidak ada persuasi, seperti mengubah persepsi, pikiran, perasaan, dan pengharapannya (Nimmo, 2005: 119).

Persuasi dalam politik juga dilakukan melalui beberapa pendekatan. Pendekatan tersebut adalah pendekatan persuasi politik sebagai propaganda, periklanan, dan retorik. Ketiga pendekatan ini memiliki beberapa kesamaan: bertujuan (purposif), disengaja (intensional), dan melibatkan pengaruh. Seluruh pelaku komunikasi dari tiga pendekatan ini terdiri atas hubungan timbal balik.

Dalam artian terjadi interaksi antara komunikator dan komunikan, bukan satu orang mendikte yang lain. Keseluruhan baik komunikator maupun komunikan menghasilkan berbagai tingkat perubahan dalam persepsi, kepercayaan, nilai, dan pengharapan pribadi. Selain memiliki kesamaan, terdapat cara-cara yang berbeda dari ketiga pendekatan tersebut. Pertama, ada perbedaan diantara satu – kepada – banyak dan dua arah dalam meneruskan pesan – pesan. Kedua, ada perbedaan dalam orientasi pendekatan, yaitu apakah diarahkan kepada perseorangan atau kepada kelompok. Ketiga, ketiga pandangan itu masing – masing mengesankan pandangan yang berbeda tentang apa yang memungkinkan adanya masyarakat. Dan keempat, masing – masing menggunakan fokus yang berbeda dalam merumuskan kampanye persuasi (Nimmo, 2005: 119).

Penyusunan pesan kampanye politik yang bersifat persuasif memiliki sebuah proposisi, yakni adanya hasil yang diperoleh sumber dari penerima atas pesan yang disampaikannya. Artinya setiap pesan yang dibuat diharapkan akan menghasilkan perubahan. Kampanye berusaha mengubah pengetahuan, sikap, tingkah laku seseorang atau publik terhadap kandidat atau partai yang diperkenalkan. Karena itu kegiatan komunikasi atau kampanye yang bertujuan untuk perubahan memerlukan keterampilan persuasi (Cangara, 2014: 267).

Ada beberapa cara yang dapat digunakan dalam penyusunan pesan yang memakai teknik persuasi. Cara pertama adalah teknik *fear appeal* yang merupakan metode penyusunan pesan yang dapat menimbulkan rasa ketakutan kepada khalayak. Cara kedua adalah dengan menyampaikan pesan yang penuh dengan emosi (*emotional appeal*). Teknik ini berusaha mengunggh emosi khalayak

misalnya dengan mengungkapkan masalah agama, etnis, kesenjangan ekonomi, diskriminasi dan sebagainya. Teknik penyusunan pesan yang ketiga adalah pesan yang penuh dengan nuansa humor (*humorous appeal*). Teknik ini berusaha membawa khalayak agar tidak jenuh ketika mendapat pesan yang persuasif. Hanya saja dalam penyampaian pesan yang disertai humor diusahakan jangan sampai humor lebih dominan daripada substansi materi yang ingin disampaikan. (Cangara, 2014: 267-269) Pendekatan persuasi kampanye politik yang dilakukan dalam media sosial dapat dilihat dengan pendekatan propaganda. Kampanye politik dalam media sosial khususnya *YouTube* memiliki ciri-ciri dalam penjelasan dan definisi persuasi politik sebagai propaganda.

1.5.3 Pemilu

Pemilu merupakan salah satu sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat yang berdasarkan pada demokrasi perwakilan. Untuk mewujudkan pengertian tersebut maka pemilu dipercaya sebagai suatu cara untuk mengangkat eksistensi rakyat sebagai pemegang kedaulatan tertinggi dalam negara.¹⁸ Samuel P. Huntington menyatakan bahwa sebuah sistem politik sudah dapat dikatakan demokratis bila para pembuat keputusan kolektif yang paling kuat dalam sistem itu dipilih melalui pemilihan umum yang adil jujur dan berkala, dan sistem itu para calon bebas bersaing untuk memperoleh suara dan hampir semua penduduk dewasa berhak memberikan suara.¹⁹ Menurut Ibnu Tri Cahyono pemilu merupakan instrumen untuk mewujudkan kedaulatan rakyat yang bermaksud membentuk pemerintahan

¹⁸ Mahadam Labolo dan Ilham Teguh : *Partai Politik dan Sistem Pemilihan Umum di Indonesia*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hlm. 45.

¹⁹ Samuel P huntington, *Gelombang Demokrasi Ketiga*, (Jakarta: Grafiti, 1997), hlm. 5.

yang sah serta sarana mengartikulasikan aspirasi dan kepentingan rakyat.²⁰ Pemilihan umum merupakan suatu sarana bagi masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam memberikan suaranya guna memilih wakil rakyat serta merupakan bukti adanya upaya mewujudkan demokrasi.

Andrew Reynolds menyatakan bahwa pemilu adalah metode yang didalamnya suara-suara diperoleh dalam pemilihan diterjemahkan menjadi kursi-kursi yang dimenangkan oleh partai-partai dan para kandidat. Pemilihan umum merupakan sarana penting untuk memilih wakil-wakil rakyat yang benar-benar akan bekerja mewakili mereka dalam membuat kebijakan negara.²¹

Menurut prihatmoko pemilu dalam pelaksanaannya memiliki tiga tujuan yakni:

1. Sebagai mekanisme untuk menyeleksi para pemimpin pemerintahan dan alternatif kebijakan umum (public policy).
2. Pemilu sebagai pemindahan konflik kepentingan dari masyarakat kepada badan-badan perwakilan rakyat melalui wakil-wakil yang terpilih atau partai yang memenangkan kursi sehingga integrasi masyarakat tetap terjamin.
3. Pemilu sebagai sarana mobilisasi, menggerakkan atau menggalang dukungan rakyat terhadap negara dan pemerintahan dengan jalan ikut serta dalam proses politik.²²

Warga negara diberikan kesempatan untuk memilih salah satu di antara pemimpin-pemimpin politik yang bersaing meraih suara. Menentukan pilihan dalam pemilihan

²⁰*Ibid*, hlm. 50.

²¹*Ibid*, hlm, 51

²²Joko J Prihatmoko, *Pemilu 2004 dan Konsolidasi Demokrasi*, (Semarang: LP21 Unwahas, 2003) hlm.19

umum merupakan hak setiap warga negara sebagai instrumen yang sangat penting dalam rangka untuk memilih dan ikut menentukan para wakil sekaligus pemimpin rakyat yang akan duduk di dalam pemerintahan, pemilu memberikan kesempatan bagi warga negara untuk memilih pejabat pemerintah yang benar-benar dianggap mampu untuk mengaspirasikan kehendak mereka.

1.5.4 Media Massa

A. Definisi dan Karakteristik Media Massa

Menurut Hafied Cangara Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi.²³ Sebuah media bisa disebut media massa jika memiliki karakteristik tertentu. Karakteristik Media massa menurut Cangara antara lain:

1. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau pun terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
3. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan

²³ Hafied Cangara, 2010. *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers. hal.123.

simultan, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang dalam waktu yang sama.

4. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan sebagainya.
5. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal batas usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.

B. Fungsi Media Massa

Adapun fungsi komunikasi massa bagi masyarakat menurut Dominick yang dikutip oleh Denis Mcquail dalam bukunya sebagai berikut.

1. *Surveillance* (Pengawasan)
 1. *Warning Before Surveillance* (Pengawasan dan Peringatan) Fungsi yang terjadi ketika media massa menginformasikan tentang sesuatu yang berupa ancaman, seperti bahaya tsunami, banjir, gempa, kenaikan harga, dan lain lain.
 2. *Instrumental surveillance* (pengawasan instrumental) Penyebaran/penyampaian informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari. Seperti resep masakan, produk-produk baru, dan lain-lain.

2. *Interpretation* (Penafsiran)

Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting, Contoh: Tajuk rencana (Editorial) berisi komentar dan opini dilengkapi perspektif terhadap berita yang disajikan di halaman lain.

3. *Linkage* (Pertalian)

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk linkage (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

4. *Transmission Of Values* (Penyebaran Nilai-Nilai)

Fungsi sosialisasi: Cara dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok.

5. *Intertainment* (Hiburan)

Banyak dijumpai pada media televisi dan radio. Surat kabar pula merupakan sebuah penyampain yang strategis dalam pemberitaan serta pembangunan opini publik. Karena surat kabar merupakan sarana yang cukup efektif dalam usaha untuk dapat mencerdaskan masyarakat.²⁴

C. Efek Media Massa

Menurut M Chaffee yang dikutip oleh Elvinaro Ardianto mengatakan bahwa media massa mempunyai efek yang berkaitan dengan perubahan sikap,

²⁴ Denis McQuail, 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika. hal 175.

perasaan dan perilaku komunikasinya. Dari pernyataan tersebut dapat dijelaskan bahwa media massa mempunyai efek kognitif, efek afektif dan efek konatif/*behavioral*.

1. Efek Kognitif

Adalah akibat yang ditimbulkan pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Dalam efek kognitif ini akan dibahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitifnya.

2. Efek Efektif

Tujuan dari media massa bukan sekedar memberi khalayak tentang sesuatu tetapi lebih dari itu, khalayak diharapkan dapat turut merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira dan sebagainya. Media massa agar dapat membuat suasana atau menarik emosional khalayak dalam menyampaikan pesannya.

3. Efek Konatif/*behavioral*

Merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan, atau kegiatan. Banyak sekali khalayak yang terpengaruh oleh pesan media yang disampaikannya, seperti masyarakat pedesaan yang takut datang ke Ibu Kota Jakarta, karena mereka menganggap di Jakarta itu sering terjadi konflik, ini diakibatkan karena yang disajikan oleh media berita yang berunsur

kekerasan.²⁵

D. Kode Etik Jurnalistik

Sebelum pembahasan tentang Kode Etik Jurnalistik lebih mendalam, sebaiknya mengetahui definisi Kode Etik Jurnalistik terlebih dahulu. Kode adalah sistem pengaturan (*system of law*) sedangkan etik adalah norma perilaku. Kode etik jurnalistik adalah aturan prinsip yang dirumuskan oleh pengemban etika, mereka adalah orang-orang profesional yang mengemban profesi. Kode etik tidak dibuat sebagai cara yang mendetail dalam pemecahan masalah etika, tapi prinsip umum yang dapat mendorong pilihan moral. Kode Etik Jurnalistik didesain untuk memotivasi pekerja, memperkuat stamina etika mereka, dan membantu dalam pengembangan pekerjaan.²⁶

Kode Etik Jurnalistik adalah ikrar yang bersumber pada hati nurani wartawan dalam melaksanakan kemerdekaan mengeluarkan pikiran yang dijamin sepenuhnya oleh Pasal 28 UUD 1945, yang merupakan landasan konstitusional wartawan dalam menjalankan tugas jurnalistiknya. Kemerdekaan mengeluarkan pikiran ialah hak paling mendasar yang dimiliki setiap insan wartawan. Bersumber dari konstitusi tersebut maka setiap wartawan Indonesia wajib menegakkan hukum, keadilan dan kebenaran dalam menggunakan haknya untuk mengeluarkan pikiran. Dalam melaksanakan fungsi, hak, kewajiban dan peranannya, pers menghormati hak asasi setiap orang, karena itu pers dituntut profesional dan terbuka untuk dikontrol oleh masyarakat. Untuk menjamin kemerdekaan pers dan memenuhi hak publik untuk

²⁵ Elvinaro Ardiano dan Lukiati Komala Erdinaya, 2007. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. hal.50-57.

²⁶ Stanley J Barran. 2012. *Pengantar Komunikasi Massa Jilid 1 Edisi 5*. Jakarta: Erlangga. hal 130.

memperoleh informasi yang benar, wartawan Indonesia memerlukan landasan moral dan etika profesi sebagai pedoman operasional dalam menjaga kepercayaan publik dan menegakkan integritas serta profesionalisme.²⁷

Atas dasar itu, wartawan Indonesia menetapkan dan menaati Kode Etik Jurnalistik. Dalam aspek hukum, Kode Etik jurnalistik sebagai hukum yang bersifat *intern* yang dibuat oleh wartawan Indonesia melalui organisasi untuk ditaati oleh setiap media massa. Sedangkan lebih khususnya, aturan yang mengenai perilaku dan pertimbangan moral yang harus dianut oleh media pers dalam siarannya.

Fungsi utama dari Kode Etik Jurnalistik adalah agar para pengemban profesi berlaku etis sesuai dengan standar moral yang berlaku. Tujuan standar ini adalah untuk menjamin kaum profesional dapat bertanggung jawab dalam tingkat tertinggi dari penampilannya dan mempertahankan mereka untuk setia pada kewajiban kejujuran, kesetiaan dan kewajiban. M. Alwi Dahlan mengatakan bahwa ada lima fungsi kode etik jurnalistik, yaitu:

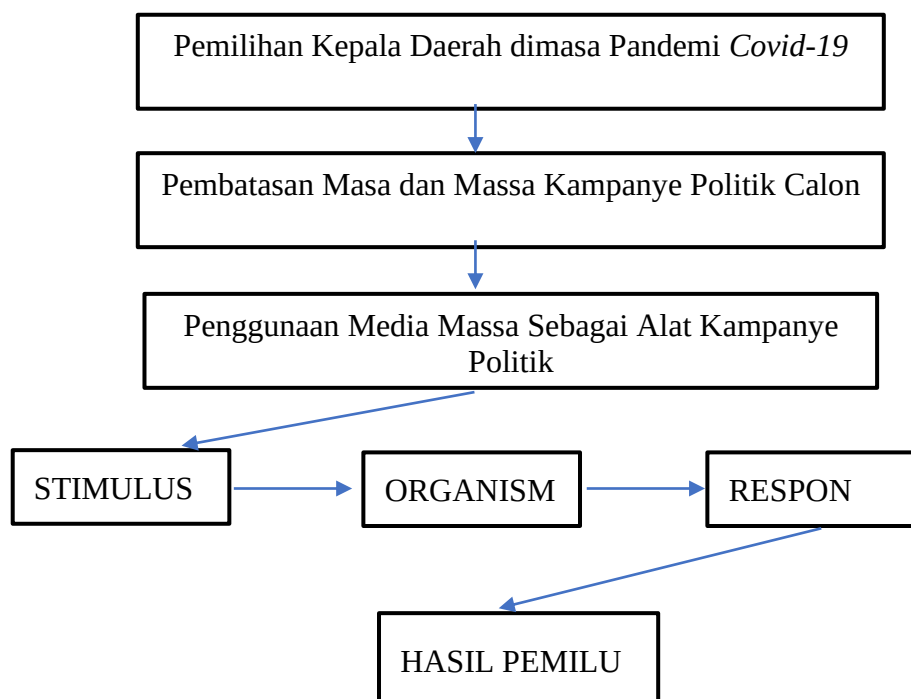
1. Melindungi keberadaan seseorang profesional dalam berkiprah di bidangnya.
2. Melindungi masyarakat dari malapraktik oleh praktisi yang Kurang profesional .
3. Mendorong persaingan sehat antar praktisi.
4. Mencegah kecurangan antar rekan profesi.

²⁷ Djuroto, 2000. *Pengantar Jurnalistik*. Jakarta: Gunung Agung. hal. 47

5. Mencegah manipulasi informasi oleh narasumber.²⁸

1.6 Kerangka berpikir

Kerangka pikir dibuat untuk mempermudah proses penelitian karena telah mencakup tujuan dari penelitian itu sendiri. Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji peranan media massa terhadap kampanye politik pasangan calon alharis sani pada pemilihan kepala daerah tahun 2020 melalui teori S-O-R (Stimulus – Organism – Response) dimana pesan politik yang diberikan oleh komunikator dapat diolah oleh komunikan sehingga memberikan repon atas pesan yang diberikan. Berikut ini adalah gambaran kerangka pemikiran penelitian yang dicantumkan dalam bagan sebagai berikut:



²⁸ Wina Armada Sukardi, 2008. Evaluasi Pendidikan Prinsip dan Operasional. Yogyakarta: Bumi Aksara. hal. 27

1.7 Metode penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu strategi (inquiry) yang menekankan pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol, maupun deskripsi, tentang suatu fenomena, fokus, dan multi metode, bersifat alami dan holistik, mengutamakan kualitas, menggunakan beberapa cara dan disajikan secara naratif.²⁹ Penelitian ini nantinya akan menjelaskan pengaruh media massa terhadap citra partai politik pada kontestasi pemilihan kepala daerah provinsi jambi di kota jambi.

2. Lokasi Penelitian

Adapun yang menjadi lokasi penelitian adalah kota jambi, karena Kota ini merupakan kota dengan total kekalahan jumlah suara kedua pada pemilihan gubernur dan wakil gubernur 2020 serta lokasi kota jambi merupakan ibu kota dari provinsi jambi yang mana memiliki akses ke media lebih besar dibandingkan kabupaten lainnya.

3. Fokus Penelitian

Fokus penelitian yang membahas tentang pengaruh media massa terhadap citra partai politik, ketika pesan berupa berita-berita dari media massa berupa TV, Radio, Berita Online telah tersampaikan dan memberikan terpaan media massa apakah ada pengaruh media massa terhadap kemenangan Pasangan calon al haris- sani

²⁹ Muri Yusuf, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 329

mengenai pemberitaan-pemberitaan yang disampaikan oleh media massa.

4. Sumber data

Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data kalau digolongkan menurut sumbernya dibagi menjadi dua yaitu data sekunder dan data primer. Adapun penjelasan dari kedua sumber data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari objek yang diteliti (responden) atau data pokok yang didapatkan di lapangan, instrumen yang digunakan oleh peneliti yaitu pedoman wawancara.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang yang diperoleh dari lembaga atau institusi tertentu, seperti biro pusat statistik, departemen pertanian dan sebagainya.

5. Teknik Penentuan Informan

Informan adalah orang yang bisa memberi informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Adapun teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dilandasi tujuan dan pertimbangan tertentu terlebih dahulu yaitu teknik pengambilan sampel didasarkan atas tujuan tertentu (orang yang dipilih betul-betul memiliki kriteria sebagai sampel).³⁰ Informan ini dibutuhkan untuk mengetahui kondisi yang sesuai dengan fenomena politik dalam pemilihan kepala daerah Tahun 2020.

³⁰ *Ibid.* hlm. 369.

Adapun kriteria informan yang dibutuhkan yaitu orang yang tahu dan memiliki pemahaman tentang perkembangan politik di Provinsi Jambi khususnya di Kota Jambi dan masyarakat sekitar yang berpartisipasi pada pilkada tahun 2020 di Kota Jambi. Berikut ini informan yang dibutuhkan peneliti yaitu:

Tabel 1.3 Informan Penelitian

No	Nama	Keterangan	Alasan
1.	Musri Nauli	Direktur Media Tim Sukses Al Haris- Sani	Pemilihan narasumber tersebut dengan alasan bahwa narasumber adalah sebagai bagian dari tim Pemenangan Alharis sani di pemilihan gubernur tahun 2020 di bidang tim media.
2.	Andi Khatulistiwa	Ketua Gema Alharis – Sani	Pemilihan narasumber tersebut dengan alasan bahwa narasumber adalah tim kerja gerakan milenial alharis sani yang dilantik alhris untuk memenangkan pilkada gubernur tahun 2020.
33.	Dr. H. Pahrudin HM, S.S., M.A.	Pengamat Politik dan Kebijakan Pemerintahan	Pemilihan narasumber tersebut dengan alasan bahwa narasumber tersebut adalah

			pengamat politik dan kebijakan sehingga dipilih untuk melihat komunikasi politik dalam kampanye alharis sani dan melihat culture sosial masyarakat kota Jambi.
4.	Arwani	Sekretaris Jenderal Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) Provinsi Jambi	Pemilihan narasumber tersebut adalah narasumber termasuk dalam organisasi profesi wartawan dan dapat memahami kondisi media massa di provinsi jambi khususnya di kota Jambi.
5.	Serbian	Pimpinan Media Online Berkabar.id	Pemilihan narasumber tersebut adalah narasumber merupakan pimpinan media massa berkabar.id dan media yang melakukan kontrak dalam iklan dengan alharis sani serta media yang memberikan konsentrasi dalam pilkada gubernur jambi

			2020.
6.	Darwin Sijabat	Wartawan TribunJambinews	Pemilihan narasumber tersebut adalah narasumber merupakan wartawan news di tribun jambi yang menjadi fokus meliput dalam pemilihan gubernur tahun 2020.
7.	Bella	Mahasiswa, Sekretaris Jenderal PMKRI Jambi	Pemilihan narasumber tersebut adalah narasumber termasuk dalam organisasi kemahasiswaan PMKRI pada pemilihan gubernur tahun 2020 PMKRI berkonsentrasi pada PILKADA 2020.
8.	Sony Jantri Pardede	Pengacara dan Ketua Komcab Pemuda Katolik	Pemilihan narasumber tersebut adalah narasumber termasuk dalam organisasi Kepemudaan yaitu Pemuda Katolik yang pada pemilihan gubernur tahun 2020. Pemuda Katolik berkonsentrasi pada PILKADA 2020.

9	Dearti	Presidium Hubungan masyarakat PMKRI Jambi	Pemilihan narasumber tersebut adalah narasumber termasuk dalam organisasi kemahasiswaan PMKRI pada pemilihan gubernur tahun 2020 PMKRI berkonsentrasi pada PILKADA 2020.
10	Iglesias Panjaitan	Ketua GAMKI cabang jambi	Pemilihan narasumber tersebut adalah narasumber termasuk dalam organisasi Kepemudaan GAMKI yang pada pemilihan gubernur tahun 2020 GAMKI berkonsentrasi pada PILKADA 2020.
11	Heri N Posmo	Dosen Ilmu Jurnalistik/ AJI/ Ahli Pers Dewan Pers	Pemilihan narasumber tersebut dengan alasan narasumber tersebut adalah dosen jurnalistik di IAIN Jambi, serta Ketua demisioner AJI dan Dewan Pers Jambi yang memahami media massa di Kota Jambi

6. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Sehingga dibutuhkan adanya teknik pengambilan data yang dapat digunakan secara cepat dan tepat sesuai dengan masalah yang diselidiki dan tujuan penelitian, maka penulis menggunakan beberapa metode yang dapat mempermudah penelitian ini, antara lain:

1. Metode Interview (wawancara)

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah wawancara terbuka. Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan keterangan responden melalui percakapan langsung dan berhadapan. Wawancara yang akan dilakukan dalam penelitian ini melibatkan beberapa Tokoh Masyarakat.

2. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dokumen tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sesuai dan terkait dengan fokus penelitian adalah sumber yang berguna dalam penelitian kualitatif. Dokumen dapat berupa teks tertulis, artefacts, gambar, maupun foto.³¹ Metode dokumen ini akan membantu peneliti mengingat hal-hal yang berkaitan dengan penelitian, termasuk informasi maupun bentuk lain yang dapat di dokumentasi.

3. Penyusuran Data *Online*

Penyusuran data *online*, data yang dikumpulkan melalui *online* seperti

³¹ *Ibid*, hlm. 391.

internet atau media *online* lainnya yang menyediakan informasi online sehingga memungkinkan penelitian dapat memanfaatkan data informasi yang berupa data maupun informasi teori, secepat atau semudah mungkin dan dapat dipertanggung jawabkan secara akademik.

4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah lampau atau berlalu, dokumentasi ini bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang³².

7. Teknik Analisis data

Analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif analitik, yaitu mendeskripsikan data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka. Data yang berasal dari naskah, wawancara, catatan lapangan, dokumen, dan sebagainya, kemudian dideskripsikan sehingga dapat memberikan kejelasan terhadap kenyataan atau realitas. Model analisis data kualitatif ini terdiri dari tiga komponen pokok yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan beserta verifikasi data.³³

1. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengekstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan lapangan. Reduksi dilakukan sejak pengumpulan data, dimulai dengan membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, menulis memo, dan sebagainya.

³² *Ibid*, hlm. 148

³³ *Ibid*, hlm. 400.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah pendeskripsian sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif, dengan tujuan dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam bentuk yang padu dan mudah dipahami.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan atau verifikasi merupakan kegiatan akhir penelitian. Peneliti harus sampai pada kesimpulan dan melakukan verifikasi, baik dari segi makna maupun kebenaran kesimpulan berupa bentuk deskriptif dengan pedoman pada kajian penelitian.

a. Keabsahan Data/Triangulasi

Triangulasi merupakan salah satu teknik dalam pengumpulan data untuk mendapatkan temuan interpretasi data yang lebih akurat dan kredibel. Dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan metode pengertiannya sebagai berikut:

1. Triangulasi sumber, merupakan proses menggali dan mengecek kembali kebenaran suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang lebih banyak dan berbeda dalam informasi yang sama. Data yang diperoleh dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (member check) dengan tiga sumber data.

2. Triangulasi Metode, adalah upaya membandingkan temuan data yang telah diperoleh dengan menggunakan suatu metode tertentu, dengan data yang diperoleh dengan menggunakan metode lain mengenai permasalahan dan sumber yang sama.³⁴

³⁴ *Ibid*, hlm. 395.

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

2.1 Gambaran Umum Wilayah Kota Jambi

2.1.1 Sejarah Kota Jambi

Kota Jambi adalah sebuah kota di Indonesia sekaligus merupakan ibu kota dari Provinsi Jambi, Indonesia. Kota Jambi membelah oleh sungai yang bernama Batanghari, kedua kawasan tersebut terhubung oleh jembatan yang bernama jembatan Aur Duri. Lambang Kota Jambi berbentuk perisai dengan bagian yang meruncing di bawah dikelilingi tiga garis dengan warna bagian luar putih, tengah berwarna hijau, dan bagian luar berwarna putih. Garis hijau yang mengelilingi lambang pada bagian atas lebih lebar dan di dalamnya tercantum tulisan “Kota Jambi” yang melambangkan nama daerah dan diapit oleh dua bintang bersudut lima berwarna putih. Itu melambangkan kondisi kehidupan sosial masyarakat Jambi yang terdiri atas berbagai suku dan agama, memiliki keimanan kepada Tuhan yang Maha Esa.

Semboyan kota jambi adalah Tanah Pilih Pesako Betuah secara filosofi mengandung pengertian bahwa Kota Jambi sebagai pusat pemerintahan kota sekaligus sebagai pusat sosial, ekonomi, kebudayaan, mencerminkan jiwa masyarakatnya sebagai duta kesatuan baik individu, keluarga, dan kelompok maupun secara institusional yang lebih luas; berpegang teguh dan terikat pada nilai – nilai adat istiadat dan hukum adat serta peraturan perundang – undangan yang berlaku. Kota Jambi berdiri pada tanggal 28 Mei 1401 dan dibentuk sebagai pemerintah daerah otonom kotamadya berdasarkan ketetapan Gubernur Sumatera

nomor 103/1946, tanggal 17 Mei 1946. Kemudian ditingkatkan menjadi kota besar berdasarkan Undang-undang nomor 9 tahun 1956 tentang pembentukan daerah otonom kota besar dalam lingkungan daerah provinsi Sumatera Tengah. Kemudian kota Jambi resmi menjadi ibukota provinsi Jambi pada tanggal 6 Januari 1957 berdasarkan Undang-undang nomor 61 tahun 1958.⁶⁹

2.1.2 Kondisi Geografis dan Administratif di Kota Jambi

A. Kondisi Geografis

Gambar 2.1

Peta Geografis Kota Jambi



Sumber : BPS Kota Jambi “kota jambi dalam angka”

Kota Jambi pada umumnya dikelilingi oleh Kabupaten Muaro Jambi, dimana bagian Utara, Barat, Selatan dan timur berbatasan langsung dengan Kabupaten Muaro Jambi. Kota Jambi terletak pada ketinggian rata-rata 10 sampai 60 meter di

⁶⁹ <https://jambikota.bps.go.id/>, “kota jambi dalam angka” (diakses 16/08/2022)

atas tanah laut. Letak geografis Kota Jambi terletak di: 01030'2,98"- 01040' 1,07" Lintang Selatan dan 10340' 1,67"-10340' 0,22" bujur timur.

Bagian bergelombang berada di utara dan selatan kota, sedangkan daerah rawa mengelilingi Sungai Batanghari, sungai terpanjang di Pulau Sumatera, dengan total panjang sekitar 1.700 kilometer, dari Danau Atas-Danau Bawah (Sumatera Barat) hingga Berhala. Selat (11 km) di Kota Jambi memiliki lebar sekitar 500 m. Sungai Batangas membelah Kota Jambi menjadi dua bagian yaitu utara dan selatan.⁷⁰

B. Penduduk dan kepadatan penduduk masyarakat Kota Jambi

Jumlah penduduk Kota Jambi tahun 2020 berdasarkan data hasil Sensus Penduduk 2020 adalah sebanyak 606.200 jiwa. Jumlah penduduk laki-laki sebanyak 305.407 jiwa, dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 300.793 jiwa.

⁷⁰ Ibid hlm 132

Tabel 2.1

Jumlah penduduk kota jambi berdasarkan kecamatan

Kecamatan <i>Subdistrict</i>	Penduduk <i>Population</i>
(1)	(2)
Kota Baru	80 062
Alam Barajo	108 196
Jambi Selatan	56 929
Paal Merah	105 906
Jelutung	59 442
Pasar Jambi	11 193
Telanaipura	49 212
Danau Sipin	43 375
Danau Teluk	12 822
Pelayangan	12 939
Jambi Timur	66 124
Kota Jambi	606 200

Sumber : BPS Kota Jambi “Kota Jambi dalam Angka”

Rata-rata kepadatan penduduk Kota Jambi pada tahun 2020 adalah 2.952 jiwa/km², dimana kepadatan penduduk tertinggi berada di Kecamatan Jelutung sebesar 7.505 jiwa/km². Sedangkan kepadatan penduduk terkecil berada di Kecamatan Danau Teluk sebesar 817 jiwa/km².⁷¹

⁷¹ Ibid 134

Tabel 2.2

Jumlah rata rata kepadatan penduduk berdasarkan kecamatan

Kecamatan <i>Subdistrict</i>	Persentase Penduduk <i>Percentage of Total Population</i>	Kepadatan Penduduk per km ² <i>Population Density per sq.km</i>
(1)	(4)	(5)
Kota Baru	13,21	2 217
Alam Barajo	17,85	2 603
Jambi Selatan	9,39	4 989
Paal Merah	17,47	3 904
Jelutung	9,81	7 505
Pasar Jambi	1,85	2 784
Telanaipura	8,12	2 186
Danau Sipin	7,16	5 504
Danau Teluk	2,12	817
Pelayangan	2,13	846
Jambi Timur	10,91	4 148
Kota Jambi	100,00	2 952

Sumber : BPS Kota Jambi “ Kota Jambi dalam Angka”

2.1.3 Aspek sosial Budaya Masyarakat di Kota Jambi

Sebagai Ibu Kota Provinsi Jambi, tentunya Kota Jambi menjadi pusat administrasi dan sosial ekonomi, struktur penduduk Kota Jambi sama dengan pusat kota lainnya, yaitu heterogen atau terdiri dari berbagai etnis. Berdasarkan Pasal 1 Angka 3 Undang-Undang No. 40 tahun 2008 tentang Penghapusan Diskriminasi, Etnis adalah penggolongan manusia berdasarkan kepercayaan, nilai, kebiasaan, adat istiadat, norma bahasa, sejarah, geografis dan hubungan kekerabatan.

Sebagai kota bisnis berkembang dan tumbuh, Dengan berbagai sarana dan prasarana menjadi daya tarik wisata Migrasi daerah. Selain kondisi tersebut, perkembangan pluralisme Di Kota Jambi, kepribadian masyarakat adat juga

mendukung kecenderungan mereka untuk Membuka atau menerima imigrasi dan budaya dari luar. Peran ini telah menjadi bagian dari proses pembangunan perkotaan Jambi, karena Kota Jambi dibentuk oleh budaya material dan budaya spiritual saat itu Berbagai bangsa, kelas sosial, ekonomi dan sistem pemerintahan di masa lalu. Saat ini keragaman kelompok etnis Kota Jambi diisi oleh kelompok etnis Melayu, Jawa, Aceh, Batak, Minangkabau, Sunda, Bali, Banjar, Bugis, Flores, Arab, India, dan Tionghoa dan kelompok garis keturunan ini membentuk persatuan.

Intensitas kegiatan dan perbedaan suku-suku tersebut sangat terlihat tergantung dari jumlah penduduk asli yang tinggal di Kota Jambi. Biasanya paguyuban yang terbentuk, tidak terbagi lagi kedalam paguyuban-paguyuban pada lingkup lebih kecil seperti lingkup kabupaten. Pengelompokan masyarakat yang paling terlihat di Kota Jambi adalah kelompok masyarakat asli, yaitu kelompok masyarakat yang berasal dari seberang Kota Jambi dan masyarakat pendatang yang merupakan masyarakat yang berasal dari luar wilayah awal pertumbuhan Kota Jambi. Masyarakat pendatang dikelompokkan lagi menjadi kelompok pendatang Tionghoa dan kelompok non Tionghoa.⁷²

⁷² Ibid hlm.136

2.2 Visi – Misi Pasangan Calon Gubernur Al Haris – Sani

Gambar 2.2

Gambar pasangan calon Gubernur Jambi Al Haris- Sani



Sumber : Dokumen Arsip Tim sukses Pemenangan Al Haris- sani

2.2.1 VISI

"TERWUJUDNYA JAMBI MAJU, AMAN, NYAMAN, TERTIB, AMANAH DAN PROFESIONAL DI BAWAH RIDHO ALLAH SWT"

- **Jambi yang MAJU:** Suatu kondisi masyarakat dan Pemerintah Provinsi Jambi yang dinamis, produktif, kreatif, inovatif dan berdaya saing berdasarkan kemampuan, keterampilan, keunggulan dan ketangguhan yang didukung oleh potensi dan ketersediaan Sumber Daya Manusia yang

berorientasi pada pencapaian hasil kinerja yang lebih baik serta terwujudnya pembangunan berkelanjutan yang mampu menyesuaikan perkembangan zaman.

- **Jambi yang AMAN:** Tercipta dan terpeliharanya keamanan dalam masyarakat Provinsi Jambi, baik dari gangguan manusia maupun dari gangguan alam, tingkat kriminalitas dan gangguan keamanan menurun, meningkatnya penegakan supremasi hukum, meningkatnya adaptasi terhadap resiko terjadinya bencana alam, serta terwujudnya ketentraman dalam kehidupan bermasyarakat.
- **Jambi yang NYAMAN:** Sikap dan kondisi masyarakat Provinsi Jambi yang memiliki harkat kemanusiaan dan harga diri, sehingga berada pada tatanan keselarasan aspek sosial budaya, ekonomi, lingkungan hidup dan tata ruang wilayah. Diukur dari kondisi yang harmonis dalam kehidupan bermasyarakat, terciptanya hubungan yang kondusif antara pemerintah dengan pelaku usaha dan masyarakat sehingga masyarakat dapat menjalankan berbagai aktivitas dan kegiatan produktif, meningkatnya iklim investasi, terwujudnya lingkungan ramah wisata, tersedianya tempat tinggal yang berkualitas dan terjangkau serta tersedianya lapangan dan kesempatan kerja.
- **Jambi yang TERTIB:** Terciptanya kondisi keteraturan dalam tata Sepucuk Jambi Sembilan mengedepankan kearifan lokal dan hukum adat. Lurah kehidupan di Bumi

- **Jambi yang AMANAH:** Membangun kepercayaan masyarakat dalam pelaksanaan pembangunan yang berkeadilan dengan mengedepankan kultur masyarakat Jambi yang religius dan mengayomi seluruh masyarakat yang plural.
- **Jambi yang PROFESIONAL:** Suatu kondisi yang menggambarkan penyelenggaraan pemerintahan yang efektif, bersih, transparan dan akuntabel dengan komitmen untuk senantiasa meningkatkan kemampuan yang kompetitif dan karakter penuh tanggung jawab.

2.2.2 MISI

1. Memantapkan Tata Kelola Pemerintahan yang efektif, bersih, dan melayani dengan didukung e-government yang terintegrasi.
2. Memantapkan Kualitas Infrastruktur pembangunan infrastruktur pelayanan dasar, pengendalian pemanfaatan ruang berdasarkan kearifan lokal untuk mengurangi kesenjangan dan menjamin pemerataan pembangunan.
3. Memantapkan Pengelolaan Komoditas Unggulan pembinaan dan pengelolaan sektor pertanian, peternakan, perikanan dan perkebunan, berbasis agribisnis dan agroindustri guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
4. Memantapkan Perekonomian Daerah pengelolaan ekonomi dan pariwisata daerah yang maju, terkendali dan berkeadilan melalui pengelolaan sumberdaya alam yang berwawasan lingkungan, ketahanan bencana dan perubahan iklim

5. Memantapkan Kualitas Sumberdaya Manusia yang berdaya saing melalui pendidikan, kesehatan, olahraga, keagamaan, sosial budaya dan kesetaraan gender.⁷³

2.4 Tribunjambi.com

2.4.1 Profil TribunJambi.com

Tribunjambi.com adalah situs berita online yang dipublikasikan oleh PT. Jambi Media Grafika. Situs berita online dengan tagline “Berita Terkini Indonesia” ini, berkantor Jl Prof Dr M Yamin SH no 06, RT 32, Kelurahan Lebak Bandung, Kecamatan Jelutung, Kota Jambi . Tribunnews Merupakan suatu divisi koran daerah Kompas, Tribunnews didukung oleh reporter yang bertempat di Jambi. Situs berita ini, menyediakan berbagai macam berita yang terjadi baik itu berita lokal, nasional, hingga internasional secara aktual dan cepat. Tribunnews menyediakan wadah bagi masyarakat untuk ikut serta dalam berbagi informasi ataupun menyampaikan gagasan dan pengalaman empiris 48 yang bermanfaat bagi kehidupan bangsa melalui dua rubrik Tribunnews, yaitu Tribuners dan Citizen Reporter. selain sebagai situs berita online yang menyediakan electronic paper (e-paper) sebagai replika dari koran edisi cetak, Tribunnews juga menyediakan berita dalam bentuk digital paper, yaitu koran yang terbit secara online dalam format digital. Tribunnews juga mengelola forum diskusi serta beberapa komunitas online, seperti melalui Facebook, Twitter, dan Google+. Sesuai dengan perkembangan zaman, Tribunnews juga menyediakan Tribunnews mobile dengan alamat m.tribunnews.com, sehingga memudahkan para pembaca dan memungkinkan

⁷³ Dokumen Arsip Tim sukses Pemenangan Alharis- sani

untuk memperoleh berita dimanapun dan kapanpun.

2.4.2 Struktur Organisasi

- a) Pemimpin Redaksi : Sulistiono
- b) Penanggung Jawab : Sulistiono
- c) Manajer Online : Suang Sitanggang
- d) News Manajer : Deddy Rachmawan
- e) Print Production Manager : Dunto Asto Sudrajat
- f) Editor : Fifi Suryani, Nani Rachmaini, Rahimin,
Deni Satria Budi, Eko Prasetyo
- g) Staf Redaksi : Aldino, Hendri Dunan, Heri Prihartono,
Leonardus Yoga Wijanarko, M Ferry Fadly, Nurlailis, Rohmayana, Rian
Aidilfi, Suci Rahayu, Tommy Kurniawan, Muzakkir, Zulkipli, Mareza
Sutan AJ, Darwin Sijabat, Abdullah Usman, Heru Pitra, M Kurniawan, Rian
Kurniawan, Vira Ramadhani, Hasbi Sabirin, Aryo Tondang, Sopianto,
Monang Widyoko, Samsul Bahri, A Musawira, Danang Noprianto, M Yon
Rinaldi, Rara Khushshoh Azzahro, Rifani Halim, Ade Setyawati, Stefani,
Harvina Utami, HR Hendro Sandi, Fitri Amalia, Tria Wulandari
- h) Desainer/Perwajahan : Ruliyanto, Dedi Agustrianto, Fauzan
Zulfansyah, Ridwan
- i) Sekretaris Redaksi : Suci Idealin
- j) GM Bisnis : Arfiansyah
- k) Manajer Iklan : Hasnul Bakhri
- l) Manajer Operasional : Rini

m) Desk Content Marketing : Teknologi Informasi: Arif Efendi, Pramanca

2.5 Berkabar.id

2.5.1 Profil Berkabar.id

Berkabar.id adalah situs berita online yang dipublikasikan oleh PT. Bekabar Jambi Multimedia. Berkantor Jl. Pinang Merah, Patunas Village, Tungkal Ilir District, West Tanjung Jabung Regency. Situs berita ini, menyediakan berbagai macam berita yang terjadi baik itu berita lokal, nasional, hingga internasional secara aktual dan cepat. Tribunnews juga mengelola forum diskusi serta beberapa komunitas online, seperti melalui Facebook, Twitter, dan Google+. Sesuai dengan perkembangan zaman, Situs berita yang tergabung dalam jaringan media siber indonesia

2.5.2 Struktur Organisasi

- a) Pemimpin Redaksi : Sebri Asdian (UKW LPDS Dewan Pers)
- b) Penanggung Jawab : Sebri Asdian
- c) Editor : Jefri
- d) Reporter : Andal Andrizal, Rengki Pebrima, Ali Bajes, Fahriansyah, Syahrul Hadi, Agung, Kurniawan, Kholid Wahyulian, Agus Supriyanto, Agri Randa Putra, Muhammad Yunus, Ismanto, Andori Priguna.

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Peranan Media terhadap Kampanye Politik Al Haris- Sani di Kota Jambi dalam Pemilihan Gubernur 2020.

Dalam masa kampanye Pemilu, media dalam hal ini media massa maupun elektronik sangat potensial dalam hal mempengaruhi publik untuk menggalang dukungan. Dalam hal kampanye, kandidat politik harus dapat melakukan Persuasi politik yang didefinisikan sebagai usaha yang disadari untuk mengubah sikap, kepercayaan, atau perilaku orang lain melalui transmisi pesan. Proses persuasi politik dapat ditinjau dari beberapa karakteristik persuasi. Karakteristik pertama, persuasi kadang dilakukan dengan berbagai tujuan, dan usaha komunikator untuk mencapai tujuan tersebut melalui beberapa media. Dengan kata lain persuasi adalah komunikasi yang bertujuan atau berkepentingan. media massa baik cetak maupun elektronik merupakan sebuah saluran kampanye terhadap konstituen. Apalagi dengan arus teknologi ini, rasanya media elektronik menjadi saluran utama bagi jalan untuk mempengaruhi pandangan masyarakat khususnya dalam masa kampanye Pemilu.⁷⁴

Media ini telah berkembang pesat seiring dengan perkembangan teknologi. Hal itu salah satunya disebabkan sudah banyaknya masyarakat yang memiliki televisi maupun radio, bahkan sebagian lagi sudah mampu menggunakan internet. Oleh karena itu banyak Partai maupun calon yang akan berkompetisi di Pemilu

⁷⁴ Wahid, umaimah (2016). Komunikasi Politik. Bandung : Simbiosis Rekatama media

menggunakan sarana atau saluran kampanye.⁷⁵

Kendala baru pada pilkada 2020 di Indonesia dikarenakan masa *covid 19*, persoalan pembatasan aktivitas dalam ruangan maupun luar ruangan menjadikan tantangan kampanye luar ruangan oleh pasangan calon sehingga menjadikan media semakin besar peranannya dalam masa kampanye sebagai alat menyalurkan visi dan misi kepada masyarakat. Provinsi jambi juga mengalami hal demikian menjadikan kampanye semakin sulit sehingga menjadikan media massa dan media online sebagai fokus penyampaian kampanye. Hal yang sama disampaikan oleh Musri Nauli direktur media tim sukses Al Haris- sani :

“bukan menjadi kendala melainkan menjadi tantangan baru dalam perpolitikan di Provinsi khususnya Kota Jambi. Ya, memang kapasitas dan waktu terbatas dalam kampanye fisik itu terjadi dan kita juga harus memperhatikan kesehatan baik tim maupun masyarakat sekitar kita. Politik, didalamnya juga semua yang dilakukan pasti ada akan dampaknya, memang bisa dikatakan jumlah di lapangan bukan tak perlu banyak tapi bukan berarti hanya banyak saja tapi esensinya adalah dampak dari kampanye itu yang harus luas dan sampai ke akar rumput dan kalau ditanya soal penggunaan media dalam perpolitikan kota Jambi masih sangat basic, semua paslon pasti punya medianya sendiri. Namun, masih belum melihat bagaimana potensi dari media. Secara umum, masih sangat jauh dari peranan dan potensi media masih belum tergugah, saya lihat pasangan calon lain hanya melihat dari banyak jumlah dari berita yang dibuat sehingga bukan lagi bagaimana bisa mengunggah atau menarik perasaan dari pembaca bukan ingin memuji diri sendiri, tapi kita sudah menyadari dan melihat potensi itu dimasa covid 19 yang terbatas ini”⁷⁶

Dari hasil wawancara dengan bapak musri nauli dapat peneliti kemukakan

⁷⁵ Fachrizan, “Peran Media Massa Dalam Pemilihan Legislatif” (2015): 1–13.

⁷⁶ Hasil wawancara dengan bapak musri nauli direktur media tim sukses, tanggal 13 agustus 2022

bahwa penggunaan media massa pada masa pemilihan umum kepala daerah tahun 2020 di kota Jambi secara umum masih jauh dari penggunaan potensi yang ada di media massa itu sendiri dan pemilihan kepala daerah dimasa covid 19 bukan menjadi kendala melainkan tantangan baru dan melihat potensi media. Hal ini juga disampaikan oleh Heri N Posmo Dosen ilmu jurnalistik dan Ahli Pers dewan pers menyampaikan :

“ persoalan peran media pada tahun 2020 memang cukup menarik, dimana kondisi covid 19 memaksa para calon untuk mengarah kepada media, karna kasus covid yang melonjak. Media pun terkena dampaknya untuk turun kelapangan juga cukup sulit untuk mendapatkan berita. Namun, seperti yang kita tau bahwa agenda pemilu atau agenda pesta politik ini masyarakat memberikan atensi sehingga media dalam hal ini media massa dan calon sama saling membutuhkan dan media juga memberikan ruang yang sama kepada para calon”⁷⁷

Dari hasil wawancara dengan Heri N Posmo dapat penulis kemukakan bahwa atensi public yang tinggi dan masa kampanye pada covid 19 membuat politisi dan media saling membutuhkan satu sama lain. Hal yang sama sony jantri pardede masyarakat kota jambi seorang pengacara dan ketua pemuda katolik komisariat cabang kota jambi kepada penulis mengatakan :

“memang pada pemilihan kepala daerah tahun 2020, saya hanya melihat track record dari calon pemimpin, misalnya dari social media, berita di media massa dan mempelajari visi dan misi. Karena, masalah *covid 19* yang masih sangat marak dan tingkat penyebaran juga kota jambi salah satu yang tertinggi. Jadi, wawasan itu yang menjadi salah satu faktor mengapa saya melihat calon pemimpin dari media massa. lagi pula visi dan misi serta apa yang terjadi pada situasi politik Indonesia, provinsi jambi dan lingkup kota jambi bahkan sampai kecamatan pun sebenarnya bisa kita akses lebih cepat

⁷⁷ Hasil wawancara dengan bapak Heri N Posmo Ahli pers Dewan Pers Jambi, tanggal 1 Maret 2023

dari ponsel kita, bahkan media sosial lebih cepat penyebaran informasinya dibandingkan media massa, tapi kejelasan informasi tentunya harus kita filter dan legalitas itu ada di media massa. Jadi, media sekarang itu adalah pusat informasi dan kalimat menguasai media adalah penguasa dunia sebenarnya sangat cocok karena perkataan media itu bisa sampai mengubah persepsi tidak lagi.”⁷⁸

Dari hasil wawancara dengan sony jantri pardede dapat dikemukakan oleh peneliti potensi media yang sangat besar hingga dapat mengubah persepsi dari masyarakat. Namun, penggunaan yang masih belum dilakukan secara maksimal. Hal ini tidak jauh dengan yang disampaikan oleh Dr. H. Pahrudin HM, S.S., M.A. menjelaskan kepada peneliti bahwa :

“Penggunaan media dalam proses demokrasi apalagi dalam pilkada, itu sudah diakui. Bahkan, muncul media baru ya, dalam hal ini media social, media online di luar media lama yang konvensional, yang agak ribet. Kemudian ke media baru yang fleksibel dan efektif efisien, jadi media sangat berperan apalagi dalam kajian komunikasi politik itu media itu justru yang terdepan, dalam strategi politik apalagi dengan media baru yang berkembang pesat.”⁷⁹

Dari hasil wawancara diatas dapat peneliti kemukakan bahwa kultur sosial masyarakat di kota jambi yang melek akan teknologi dan sangat mendukung kampanye pasangan calon kepala daerah Provinsi Jambi. Namun, politisi masih belum menyadari dari potensi dan peranan media.

3.1.1 Stimulus

Stimulus yang disampaikan pada organisme (individu) akan dijawab dengan adanya perhatian terhadap isi. Pada proses ini terdapat kegiatan-kegiatan dari

⁷⁸ Hasil wawancara dengan bella Sekretaris PMKRI Jambi, tanggal 10 September 2022

⁷⁹ Hasil wawancara dengan bapak pahrudin Pengamat politik, tanggal 6 September 2022

komunikator yang memberikan informasi mengenai stimulus, bahwa kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu.⁸⁰

Proses pembuatan pesan politik diberikan dengan pola tertentu untuk memudahkan komunikasi mengolah isi dari pesan politik yang disampaikan oleh komunikator. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh bapak Musri nauli Direktur media tim sukses al haris – sani mengatakan bahwa

“yang pertama, ibarat berdagang, al haris sani ini sudah barang jadi, kami hanya melihat kisi kisi yang ada disekitar beliau, tidak lagi menciptakan branding baru, pertama dia orang jambi dan besar di jambi. performa beliau menjadi orang melayu, masih cukup masih.suatu ketika beliau sedang melakukan perjumpaan dengan ketua partai, dan saya baru datang, dia nyamperin saya, inikan sangat melayu sebenarnya, melepas atributnya bahwa dia adalah orang biasa. Nah, 3 bulan sebelum mendaftar. cara cara inilah yang ingin kita tunjukkan yaitu humanisnya bahwa dia itu orang bisa, orang jambi dan kalau memilih dia memilih diri sendiri, sekaligus dia menunjukkan dirinya, mohon maaf dia berasal dari orang yang kurang mampu waktu sekolah dan sebagainya sama seperti jokowi ya. Sifat humanisnya itu bukan yang dengan saya saja, semua orang yang tua tua kampung dan lain sebagainya. Naah, setelah masuk masa pendaftaran, kita fokus pada visi misi calon ini dan menyampaikan dengan dengan citra yang sudah kita bangun lebih dulu 3 bulan sebelum pendaftaran.”⁸¹

Dari hasil wawancara dengan bapak musri nauli dapat dikemukakan oleh peneliti bahwa pesan politik yang ingin disampaikan kepada masyarakat adalah membangun citra sebagai sosok bapak al haris –sani menonjolkan sebagai sosok yang humanis, plural dan dapat menjadi sosok panutan hingga pada penyampaian

⁸⁰ Stanley J Barran, *Op.ct, hlm. 130*

⁸¹ Hasil wawancara dengan bapak musri nauli direktur media tim sukses, tanggal 13 agustus 2022

visi dan misi. Kondisi yang sama disampaikan oleh ketua Gerakan milenial al haris-sani mengatakan kepada penulis bahwa :

“awal dibentuknya gema ini merupakan gerakan yang didasarkan pada kecintaan terhadap sosok al haris itu sendiri, awal dari gerakan ini diinisiasi oleh saya sebagai bentuk dukungan kepada pak al haris sani, dukungan ini kita bentuk dari tataran provinsi hingga kecamatan dan hingga akar rumputlah, pemasaran politik yang kami lakukan melalui media hingga media social. Maka, kami melakukan juga satu koordinasi, misalnya, minggu pertama kami bahas soal visi hingga, maka kami share di media hingga media sosial secara serentak dan terfokus dalam penyampaian pesan politik kepada masyarakat”⁸²

Dari hasil wawancara diatas dengan ketua gema al haris sani dapat dikemukakan peneliti bahwa tim sukses al haris sani dan gema al haris sani menggunakan pesan politik disampaikan kepada masyarakat adalah pesan isyarat verbal dan non verbal, yaitu penyampaian visi dan misi serta penyampaian sifat tokoh yang humanis dan plural ditengah masyarakat luas. Pesan yang sudah dibentuk harus dievaluasi dan menyesuaikan kepada penerima pesan tersebut sehingga membuat pesan itu memiliki arti dan dapat diterima oleh penerima pesan atau komunikan, kondisi ini dibenarkan oleh bapak musri:

“pada saat kegiatan yang dilakukan pada kampanye, kita akan rumuskan, bagaimana ini akan disampaikan kepada masyarakat umum, bagaimana penentuan judul yang menarik, seperti singkat, padat, dan mengajak pembaca memiliki rasa ingin untuk menyelesaikan bacaan, seperti kita tau rata- rata waktu baca masyarakat Indonesia 1- 3 menit, kita juga memastikan isi juga dapat mudah dipahami sehingga pembaca dapat menemukan inti dari apa yang kita sampaikan, dan tiap hari juga kita akan evaluasi dari media jumlah pembaca dan memastikan pada mesin pencari google kita ada dihalaman pertama pencarian google, sehingga tidak tenggelam dan

⁸² Hasil wawancara dengan Andi Khatulistiwa ketua gema alharis, tanggal 4 September 2022

sampai kepada masyarakat”⁸³

Dari hasil wawancara tersebut, Tim sukses al haris sani juga menyadari bahwa proses penyampaian pesan itu juga menjadi hal yang penting dilakukan, sehingga tepat pada masyarakat yang akan dituju serta dipahami dan proses evaluasi dilakukan setiap harinya. Memproduksi media cetak biasanya partai politik berusaha bekerja sama dengan penerbit surat kabar untuk memberitakan atau memproduksi kegiatan pasangan calon. Tim sukses alharis- sani menjalin kerja sama dengan beberapa media cetak hingga online dan melakukan evaluasi setiap hari hal ini disampaikan oleh bapak musri nauli kepada penulis bahwa:

“Dalam penyebaran informasi, kami punya kalkulasi sendiri, kami hanya menceritakan hal hal yang sederhana yang mudah ditangkap, makanya pemberitaan itu tidak banyak melainkan berlanjut, dalam rangka menaikkan pengetahuan masyarakat. Jadi ada teknik tertentu, misalnya kemampuan membaca orang Indonesia, satu setengah menit, jadi kita mengemas berita itu tidak boleh panjang dan berseri, kemudian judul sehingga menarik masyarakat untuk membaca, kemudian ada kata kata kunci yang akan dibaca google sehingga untuk mengukur page, dan page kita harus kita kemas harus page 1, dan kita ukur tiap hari, kalau ada media yang turun ke page akan kita evaluasi ,kalau tidak melihat judul isi dan kita akan putuskan kontrak, pada intinya isi media, harus menjadi menarik.”⁸⁴

Dari hasil wawancara dapat peneliti kemukakan tim pemenangan al haris sani mempunyai kalkulasi sendiri dalam pemberitaan dan menyadari kondisi dari minat baca dari masyarakat yang cukup rendah dan menyesuaikan dengan mengolah berita yang sederhana. Tidak jauh berbeda dengan yang disampaikan bapak Heri N Posmo menjelaskan kepada penulis bahwa :

⁸³ Hasil wawancara dengan bapak musri nauli direktur media tim sukses, tanggal 13 agustus 2022

⁸⁴ Hasil wawancara dengan bapak musri nauli direktur media tim sukses, tanggal 13 agustus 2022

“keterlibatan media di pilkada sedikit banyak memang terlibat dalam kegiatan politik, dalam hal pemberitaan, memang masa pandemic, kandidat sangat mengandalkan saluran media untuk mempublikasikan dan menginformasikan kegiatan mereka, media massa pada waktu itu, memberikan porsi yang sama terhadap kandidat, karena itu adalah atensi public dan beritanya ditunggu masyarakat, ruang ruang tertentu misalnya dalam ruang display iklan yang menampilkan foto kandidat biasanya ini berada pada halaman web atau ruang iklan dikoran berita yang mereka cetak, ruang berita iklan berita fertorial bentuknya seperti berita tapi sebenarnya iklan yang bertujuan untuk memberikan pesan politik kepada masyarakat melalui kegiatan berita yang sudah ditulis oleh wartawan, biasanya ini ada permintaan memasukkan hal hal tertentu kedalam berita”⁸⁵

Dari hasil wawancara dengan bapak Heri N Posmo dapat penulis kemukakan bahwa media menyediakan ruang untuk politisi untuk melakukan iklan dalam platform yang disediakan oleh media untuk diisi oleh kandidat, hal yang dikemukakan bahwa pesan kandidat dapat melalui berita maupun gambar iklan yang dipasang. Hal yang sama juga disampaikan bapak Serbian selaku pimpinan redaksi media online Berkabar.id yang melakukan kontrak kerjasama dengan pasangan calon al haris-sani menjelaskan kepada penulis mengatakan bahwa :

“benar antara media dan pasangan calon memang melakukan kerjasama dan melakukan kontrak dengan politisi, hal itu memang biasa dan sama dengan media untuk melakukan kerjasama dengan instansi dan perlu menjadi catatan dindo, media massa harus independen artinya kita tidak memihak melainkan sebagai penyebarluasan informasi dari mereka kepada masyarakat luas dengan memperhatikan kaidah kaidah dan kode etik jurnalistik yang kita pahami, dalam permintaan kontrak yang kita lakukan dengan pasangan calon atau tim media dari paslon memang ada ketentuan yang kita sepakati tapi tidak melupakan dari kode etik yang saya

⁸⁵ Hasil wawancara dengan bapak Heri N Posmo Ahli pers Dewan Pers Jambi, tanggal 1 Maret 2023

sampaikan diawal dindo.”⁸⁶

Hasil wawancara dengan Serbian dapat peneliti kemukakan bahwa media massa melakukan kontrak dengan pihak al haris sani dan tidak melupakan kode etik jurnalistik. Kondisi yang sama disampaikan Darwin sijabat seorang wartawan Tribunnews kepada penulis bahwa :

“benar memang ada kerjasama dengan pasangan calon, partai dan pemerintah atau instansi dengan media, hari ini memang dindo media banyak melakukan itu, harus juga dilihat bahwa walaupun melakukan kerjasama kita juga menyebarkan berita yang mereka berikan juga mempertimbangkan asas berimbang dan kita independen, terkadang kita dapat rilis dari mereka. Namun, sekali lagi saya katakan kita juga melakukan namanya asas berimbang jadi intinya konsep media melakukan kerjasama ini hanya sebatas melakukan kerjasama, namun tidak berarti kita tidak melihat asas jurnalistik itu sendiri, kita juga memperhatikan pembaca kita, agar tetap percaya pasca pemilihan umum kepala daerah ini”⁸⁷

Dari hasil wawancara penulis dengan Tim sukses al haris-sani, gerakan milenial al haris-sani dan media massa di Jambi dapat peneliti kemukakan dalam penyampaian pesan politik yang dilakukan pasangan calon melalui tim sukses sebelum disampaikan kepada khalayak banyak pengiringan opini public dilakukan dengan menyusun judul dan isi dari pesan politik disamping media hanya sebagai alat penyampaian pesan politik, seperti hasil wawancara dengan jurnalis berkabar.id dan tribun Jambi tersebut posisi media hanya sebagai penyebarluasan visi dan misi serta sebagai media untuk masyarakat menggali informasi dari pasangan calon gubernur dan tidak melupakan asas berimbang serta tidak memihak kepada calon

⁸⁶ Hasil wawancara dengan Serbian *Pimpinan Redaksi Berkabar.id* , tanggal 15 september 2022

⁸⁷ Hasil wawancara dengan Darwin sijabat wartawan Tribun Jambi, tanggal 10 september 2022

atau independent sehingga pembaca dari masing masing media massa tidak hilang kepercayaannya sebagai media yang independen pasca pemilihan umum yang dilaksanakan.

3.1.2 Komunikan (Organism)

Target Komunikator dalam penyampaian pesan dalam penelitian ini adalah Masyarakat kota jambi. Peluang untuk mengakses media massa pada masyarakat Kota Jambi yang cukup besar di wilayah perkotaan. Peluang dan kesempatan untuk mengakses media, baru dinikmati oleh sebagian warga masyarakat yang tinggal di wilayah perkotaan maupun ibu kota. Hal yang sama disampaikan bapak Pahrudin seorang pengamat politik menjelaskan kepada penulis :

“Pertama, perlu kita perhatikan bahwa yang namanya kota, khususnya yang di jambi tentu saja punya sederet keunggulan salah satunya adalah masyarakat di kota tentu aksesnya lebih luas, akses informasi, akses media lebih luas itu artinya berbeda dengan wilayah wilayah yang lainnya, peran akses media yang sangat luas itu kemudian sangat menentukan efektifitas media, Kedua konteks sosio kultural masyarakatnya, sosiologi perkotaan bahaya masyarakat kota itu kan majemuk, plural secara agama ,etnis dan lain sebagainya secara pekerjaan dan lain sebagainya karena plural itu maka memerlukan media, kalau disusun misalnya dikampung orang berkomunikasi tidak harus melalui media, itu akhirnya mereka melek teknologi , melek media, jadi konteks sosio kultural masyarakat. Dalam konteks politik, karena akses media yang sangat luas itu kemudian orang akan menggunakan media lebih besar di kota maka strategi politiknya akhirnya memainkan media di kota jambi, berarti kalau melihat kita kaitkan dengan strateginya al haris sani mereka paham betul konteks keunggulan kota yang mendukung strategi mereka.”⁸⁸

Dari hasil wawancara dapat penulis kemukakan bahwa kota jambi yang merupakan ibu kota dari provinsi jambi, memiliki kultur sosial yang sangat mendukung dalam

⁸⁸ Hasil wawancara dengan bapak pahrudin Pengamat politik, tanggal 6 September 2022

berkampanye lewat media. Selain, kondisi kultur hal lain yang mendukung yaitu fasilitas teknologi yang memadai pesatnya perkembangan media di Kota Jambi.

Hal yang sama juga disampaikan oleh Hendri Posmo yang mengatakan:

“Dari beberapa calon kandidat yang ada tahun 2020, pasangan calon Alharis Sani memiliki kelebihan dalam media, penggunaan media sebagai alat untuk mengiring suatu pesan kepada masyarakat dan mengisi ruang yang disediakan media seperti yang saya katakan diawal, dapat juga kita lihat bagaimana hal artikel pertama yang keluar jika cari dengan kata kunci pilkada 2020 adalah artikel Alharis Sani.”⁸⁹

Hal yang sama dikatakan bapak Arwani Sekretaris Jenderal Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) Provinsi Jambi kepada penulis mengatakan bahwa :

“Kota Jambi memang salah satu lumbung suara terbesar dari bapak Alharis-Sani, sebelum masuk ke peranan media massa ini, kita harus melihat bagaimana masyarakat kota Jambi tersebut, disisi lain kota Jambi merupakan pusat atau ibu kota provinsi sebagai pusat perkembangan infrastruktur dari provinsi Jambi, sehingga membuat perkembangan masyarakat akan melek terhadap media dan kebutuhan akan informasi yang cepat dan mudah diakses sangat tinggi, hal ini dapat kita lihat dari perkembangan media online sangat cepat bahkan masuk ke media sosial karena dalam waktu lima menit berita sudah dapat diakses sedangkan media cetak harus butuh waktu minimal satu hari. Disamping itu juga mesin politik juga harus bekerja terhadap pemasaran dan penggunaan media karena itu sangat menentukan langkah”⁹⁰

Dari hasil wawancara dengan bapak Asnawi dapat penulis kemukakan kebutuhan informasi dan perkembangan media massa di Kota Jambi menjadikan Kota Jambi sangat strategis dalam penggunaan media massa dan media sosial sebagai alat kampanye. Hal yang sama disampaikan oleh Musri Nauli mengatakan:

⁸⁹ Hasil wawancara dengan bapak Heri N Posmo Ahli pers Dewan Pers Jambi, tanggal 1 Maret 2023

⁹⁰ Hasil wawancara dengan bapak Arwani Sekretaris Jenderal PWI, tanggal 20 September 2022

kalau kita berbicara konteks kota jambi, betul merupakan salah satu perolehan suara kota yang menyumbang kepada alharis- sani, kita bisa dikatakan ada tokoh sebenarnya bukan tokoh kota melainkan tokoh provinsi, yaitu bapak sani. Beliau sudah dikenal sebagai sosok yang dapat dikatakan tokoh masyarakat dan tokoh agama, sehingga membranding di kota jambi itu sudah sangat baik. Apalagi posisi kota jambi inikan sangat strategis, dimana pusat pemerintahan, pusat pendidikan dan pusat perkembangan teknologi berada disini, sehingga melalui media yang sekarang sudah banyak beralih ke media elektronik atau media online kita bisa mudah menyebarluaskan visi dan misi serta memperkenalkannya dengan masyarakat sekitar karena sudah tidak gaptek lagi dan penyebaran informasi bisa cepat serta sampai kepada masyarakat itu sendiri. Jadi kita unggul di dua aspek social disini.”⁹¹

Hal yang sama juga disampaikan ketua gema al haris sani mengatakan bahwa

“ Kalau soal target marketing politik, tentunya masyarakat Provinsi Jambi khususnya yang milenial, kalau untuk penggunaan media massa dan media social kita tekankan di kota jambi dan sekitarnya. Karena ini kota jambi sangat melek terhadap perkembangan teknologi, selain tokoh wagub yang sangat sudah kuat di kota jambi, penambahan visi misi lewat media massa dan social media jadi dudukan kampanye yang sangat kuat di kota ini. Dapat kita lihat, perolehan suara di kota jambi cukup besar, melihat universitas yang sebagian kita itu kalangan mahasiswa yang bisa dikatakan mengetahui dan kritis terhadap media”⁹²

Dari hasil wawancara dengan ketua Gema al haris- sani, Sekretaris jenderal PWI Provinsi Jambi dan Pengamat politik dapat disimpulkan, target dari pemasaran politik melalui media massa ditambah dengan media sosial kota jambi menjadi target dari marketing politik dari pasangan calon alharis dikarenakan keadaan sosial kultural dan fasilitas infrastruktur yang ada di Kota Jambi.

⁹¹ Hasil wawancara dengan bapak musri nauli direktur media tim sukses, tanggal 13 agustus 2022

⁹² Hasil wawancara dengan Andi Khatulistiwa ketua gema alharis, tanggal 4 September 2022

3.1.3 Efek (Response).

Rancangan respon dalam penelitian ini adalah perilaku politik masyarakat kota Jambi pemilihan umum. Selanjutnya teori ini mengatakan bahwa perilaku dapat berubah hanya apabila stimulus (rangsang) yang diberikan benar-benar melebihi dari stimulus semula.

Stimulus yang dapat melebihi stimulus semula ini berarti stimulus yang diberikan harus dapat meyakinkan organisme, dalam meyakinkan organisme ini, faktor reinforcement memegang peranan penting terhadap efektifitas penggunaan media dalam kampanye yang dilakukan oleh pasangan calon kepada masyarakat atau organism.⁹³ Efek media yang merupakan hasil dari komunikasi politik yang dilakukan oleh pasangan calon sebagai bentuk respon dari masyarakat. Hasil wawancara dengan oleh Serbian kepada penulis bahwa :

“ya, sama seperti yang saya katakana diawal, bahwa peranan dari media massa dalam politik praktis, kita hanya sebagai penyampaian informasi seperti tugas dan fungsi dari media massa itu sendiri, dan kalau soal penyampaian kepada pembaca dan efeknya, kita hanya melihat jumlah pembaca, karena bagi kami ya hanya melihat banyak atau rendahnya tingkat pembaca yang kami artikan menarik untuk dibahas dan tidak sampai melihat bagaimana ekspresi masyarakat tidak sampai disitu, karna saya media online. Namun, jika ditarik dari sudut pandang pengalaman saya, media memiliki efek media saya pikir jauh dari sekedar membaca dan menambah pengetahuan, bisa kita lihat dari fungsi media sebagai hiburan, tulisan juga bisa mengenai rasa dari pembaca dan menggugah rasa kalau saya sebut jika pesan itu sampai dengan baik dan dimaknai dan seperti pertanyaannya bisa sampai ke perubahan perilaku bisa sampai kesana. Namun, saya melihat banyak orang Indonesia khusus jambi ini sekarang lebih tertarik konten yang bergambar dan video, terlihat jelas banyak sekarang dan kita juga sedang menuju kesana, seperti youtube dan media sosial lainnya seperti tiktok, instagram dan kalau

⁹³ Stanley J Barran, *Op.ct, hlm.131*

diperhatikan isi dari komentar netizen sebenarnya adalah ungkapan rasa dari hasil pesan yang disampaikan.”⁹⁴

Dari hasil wawancara tersebut dapat penulis kemukakan media akan sampai memberikan efeknya dari kognitif hingga mengubah pola perubahan perilaku dari masyarakat ketika masyarakat itu memahami apa yang menjadi isi dari pesan politik yang disampaikan oleh komunikator. Hal yang sama disampaikan oleh bapak asnawi kepada penulis mengatakan bahwa :

“Kalau bicara efeknya, seperti yang dikatakan tadi, sebagai media saya piker, saya tidak bisa jawab secara terperinci, karna media itu penyedia informasi tidak dapat mengukur bagaimana pengaruhnya, tetapi kita bisa melihat bagaimana niat baca dari masyarakat itu terhadap berita, karena media massa berbeda tentunya dengan media sosial ada interaksi antaranya yang intens di dalamnya sedangkan kalau media massa, kita hanya menampilkan foto atau video dan menjelaskan kejadian serta menyampaikan apa yang terjadi dilapangan. Jadi, kita lihat pembaca bukan efek atau pengaruh secara proses komunikasi ini dan melihat hasilnya, jumlah pembaca dan kita lihat juga di pemilihan umum, seperti yang saya katakan tadi kota Jambi, salah satu lumbung suara pak al haris sani.”⁹⁵

Menurut M Chaffee yang dikutip oleh Elvinaro Ardianto mengatakan bahwa media massa mempunyai efek yang berkaitan dengan menambah informasi, perubahan sikap, perasaan hingga perilaku politiknya Dalam Dari pernyataan tersebut dapat dijelaskan bahwa media massa mempunyai efek kognitif, efek afektif dan efek konatif/*behavioral*.⁹⁶

⁹⁴ Hasil wawancara dengan Serbian Pimpinan Redaksi Berkabar.id , tanggal 15 september 2022

⁹⁵ Hasil wawancara dengan bapak arwani sekretaris jenderal PWI, tanggal 20 september 2022.

⁹⁶ Opcit Stanley J Barran, hlm.130.

Hal yang sama dengan yang disampaikan oleh Sony Jantri Pardede seorang pengacara dan ketua komisar cabang pemuda katolik jambi mengatakan kepada penulis :

“yaa, kondisi memang memaksa kita harus lebih banyak melihat media daripada melihat calon dengan dekat satu persatu karena masa covid tentunya, melihat dan menganalisis visi dan misi yang disampaikan oleh pasangan calon sebagai salah satu cara saya untuk melihat pemikiran dari calon pemimpin kita tentunya, saya melihat hasil debat antara pasangan calon, bahkan saya dan organisasi pemuda katolik bersama ormas kota jambi lainnya pernah melakukan diskusi bersama sebagai bentuk kita menguji hasil pemikiran mereka yang mereka sampaikan lewat media itu. Saya termasuk pemilih yang rasional saya mencari tau di media baik media sosial calon maupun media massa track record nya, memang pak alharis sani, saya lihat lebih intens dalam media massa bahkan media social, bahkan beliau yang pertama viral di media social tiktok toh yang mengangkat ibunya dan itu menjadi atensi public yang cukup besar dan kalau ditanya soal pak alharis sani, saya melihat memang pak al haris sani lebih condong menekankan citra politik yang santun dan sosok pak sani yang sangat plural. Namun, saya hanya melihat ini sebagai citra politik saja dan ini sebagai referensi dalam menentukan arah politik saya saja.”⁹⁷

Dari hasil wawancara dengan sony jantri pardede dapat disimpulkan bahwa pesan yang disampaikan oleh tim sukses al haris sani dan gema al haris sani mendapatkan respon kognitif, yaitu akibat yang ditimbulkan pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Efek kognitif Adalah akibat yang ditimbulkan pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya.⁹⁸

Dalam efek kognitif ini akan dibahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan

⁹⁷ Hasil wawancara dengan Sony Jantri Pardede pengacara dan ketua Pemuda Katolik cabang Jambi, tanggal 14 September 2022

⁹⁸ Opcit Stanley J Barran, hlm.130.

mengembangkan keterampilan kognitifnya. Pesan dari komunikator hanya sebatas penambahan referensi dalam penentuan arah politik di pemilihan umum kepala daerah. Hal yang sama disampaikan oleh Iglesias Panjaitan mengatakan bahwa :

“Saya pikir, media cukup besar pengaruhnya terhadap konstruksi sosial masyarakat di Indonesia atau dalam lingkup yang lebih kecil yaitu masyarakat kota jambi dapat kita lihat dalam perkembangan media itu sendiri, sangat pesat yang pastinya keterbukaan informasi itu sangat dibutuhkan pada era masyarakat sekarang yang sangat cepat, dan kalau ditanyakan soal melihat al haris sani dari sisi saya seorang mahasiswa, saya melihat beliau memang pembawaan politiknya sangat santun, dimana beliau menyalam lawan politiknya yang lebih tua darinya, itu menandakan politik yang adem yang dicitrakan oleh beliau pastinya. Namun, saya tidak serta merta kemudian saya memilih beliau, saya juga harus mempertimbangkan hal lain yang perjalanan karir politiknya dan lain sebagainya, jadi saya simpan dan menjadi salah satu pertimbangan di pemilu nantinya.”⁹⁹

Dari hasil wawancara yang disampaikan Iglesias Panjaitan kepada penulis dapat penulis kemukakan bahwa Iglesias Panjaitan merespon pesan politik dari pasangan calon sampai pada respon kognitif, hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara Iglesias Panjaitan mengemukakan politik santun dari haris dan menjadikan pesan itu sebagai pertimbangan politik saja dan penambah informasi. Hal yang sama disampaikan oleh dearti mengatakan kepada penulis :

“Kalau ditanya soal pak alharis dan pak sani, saya melihat tokoh ini adalah tokoh yang sangat berpengaruh dalam perpolitikan di provinsi jambi, dan saya lihat juga beliau beliau ini menggunakan politik yang adem, melihat mereka yang menghormati yang lebih tua dan lain sebagainya. Namun, saya bersimpati kepada calon pemimpin yang merasakan pentingnya peranan pemuda dalam bernegara tentunya, saya melihat memang disamping penyayang orang tua, pak alharis dan sani ini saya lihat di berita itu

⁹⁹ Hasil wawancara dengan Iglesias Panjaitan Ketua GAMKI Cabang Kota Jambi, tanggal 13 September 2022

mendukung orang-orang muda dan juga bisa dilihat salah satu calon yang mau berkampanye di sosial media, walaupun saya tau ada admin yang mengurus itu, ada sekitar beliau yang mengurus itu, pandangan saya itu sebagai tanda beliau ini menyadari pemilihan pemula itu sangat ingin melihat sosok calonnya untuk mendekatkan diri kepada pemuda seperti itu, sebagai orang yang melihat itu sebagai branding yang mereka sampaikan kepada media dan dipertontonkan, saya merupakan orang yang tidak menelan penuh apa yang disampaikan media, saya lebih mengikuti diskusi bersama mereka dan melihat sosok itu lebih dekat, media hanya sebagai penambah keyakinan saya, yang paling utama adalah diskusi dengan mereka seperti yang kami lakukan di pmkri, menguji visi dan misi mereka tentunya.”¹⁰⁰

Dari hasil penelitian dapat penulis kemukakan bahwa dearti melihat pasangan calon sebagai pasangan yang dekat dengan pemuda dan cinta terhadap keluarga. Namun, arti melihat bahwa ini sebagai salah satu strategi dalam kampanye yang dilakukan melalui media massa saja dan arti lebih melihat sosok al haris dan sani dari sisi diskusi dan menguji pemikiran dari pasangan calon tersebut, media massa hanya digunakan untuk menambah informasi bagi dearti. Hal yang berbeda disampaikan oleh bella kepada penulis mengatakan bahwa :

“saya memang tertarik melihat alharis sani yang cukup signifikan di media baik media nasional dan media local, al haris saya berpandangan bahwa beliau adalah orang yang cukup dekat keluarga terlihat diposting beliau yang menggendong ibunya dari kursi roda dan saya rasa itu viral banyak yang bersimpati kepada beliau dengan itu dan sedikit calon yang menunjukkan keharmonisan dengan keluarga dan saya juga bersimpati atas tindakan beliau kepada ibunya tapi belum berempati, sehingga itu menjadi pertimbangan arah politik saya, selain melihat visi misi dan track record yang saya katakan tadi, ini juga menjadi pertimbangan bagi saya walaupun saya bersimpati sebagai sesama manusia, namun belum sebagai pemimpin seperti itu.”¹⁰¹

¹⁰⁰ Hasil wawancara dengan dearti Presidium Hubungan Masyarakat, tanggal 13 september 2022

¹⁰¹ Hasil wawancara dengan bella Sekretaris PMKRI Jambi, tanggal 10 September 2022

Dari hasil wawancara dengan bella manihuruk dapat penulis kemukakan bahwa bella sudah dapat merasakan dari pesan politik yang disampaikan oleh pasangan calon dengan bersimpati kepada pasangan calon yang dekat dengan keluarga, sehingga bella merasakan efek afektif. Efek afektif merupakan Tujuan dari media massa bukan sekedar memberi khalayak tentang sesuatu tetapi lebih dari itu, khalayak diharapkan dapat turut merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira dan sebagainya.¹⁰²

Dimana efek ini merupakan efek dari media massa bukan sekedar memberi khalayak tentang sesuatu tetapi lebih dari itu, khalayak diharapkan dapat turut merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira dan sebagainya. Media massa membuat suasana atau menarik emosional khalayak dalam menyampaikan pesannya, hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara dengan bella, menyampaikan simpatinya terhadap pesan politik dari al haris sani di media tiktok yang diketahui viral dan diangkat di media massa, hal ini menunjukkan efek media terhadap bella sampai pada efek afektif. hal yang berbeda disampaikan oleh bapak pahrudin mengatakan :

“Dalam konteks politik, karena akses media yang sangat luas itu kemudian orang menggunakan media lebih besar di kota maka strategi politiknya akhirnya memainkan media di kota jambi, berarti kalau melihat kita kaitkan dengan strateginya al haris sani mereka paham betul konteks keunggulan kota yang mendukung strategi mereka dalam membranding mereka dan yang perlu diperhatikan juga wakil al haris itu adalah pak sani tentu kita tau, backgroundnya di kota jambi sudah sangat bagus sekian lama dan beliau juga mantan wakil wali kota dan menjadi tokoh masyarakat yang sangat penting di kota jambi sehingga semakin menguatkan strategi politik

¹⁰² Opcit Stanley J Barran, hlm.130.

dalam kemenangan al haris sani melalui peran media di kota jambi dan juga kita harus liat siapa tokoh dibelakang dari pasangan calon ini, kita juga harus melihatnya dan itu sangat memberikan kekuatan massa kepada para calon. ”¹⁰³

Dari hasil wawancara diatas dapat penulis kemukakan bahwa pesan politik yang disampaikan oleh pasangan calon memiliki efek dari media massa yang besar dan semakin kuat terhadap masyarakat dalam menilai pasangan calon melalui media massa dikarenakan sudah memiliki trackrecord dan sudah dikenal oleh masyarakat khususnya bapak Abdullah sani yang pernah menjabat sebagai bapak wakil wali kota jambi serta menjadi tokoh masyarakat kota jambi, sehingga efek kognatif tidak muncul dikarenakan kedekatan yang sudah dibangun sejak lama dengan masyarakat kota jambi. Efek kognatif Merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan, atau kegiatan.¹⁰⁴ Sehingga dapat peneliti kemukakan lumbung suara yang didapatkan oleh pasangan calon didapatkan dari pembentukan citra yang sudah lama dari pasangan calon dan dukungan dari beberapa tokoh.

Dunia media cukup menarik tahun 2020, jadi kalau konteks dalam relative antara subjektif dan objektif itu sangat tipis, alasan mereka memberitakan itu secara objektif atau jangan jangan subjektif. Apakah mereka berperan ya pasti berperan. Dalam kehidupan bermasyarakat sehari sehari dipengahuri apa yang mereka dengar lihat dan apa yang mereka serap dari media. Yang menjadi dilematis sangat tidak proporsional, karena perbedaan modal untuk iklan, jika kita liat ada beberapa yang lebih dominan. Padahal mereka sudah menyediakan ruang ruang itu.

¹⁰³ Hasil wawancara dengan bapak Pahrudin Pengamat politik, tanggal 6 September 2022

¹⁰⁴ Opcit Stanley J Barran, hlm.130.

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab-bab terdahulu penulis menarik kesimpulan sebagai berikut. Bahwa peranan media massa terhadap kemenangan pasangan calon Al Haris Sani cukup memberikan perannya pada proses kampanye dan branding politik. Namun tidak begitu terlihat, seperti yang disampaikan oleh direktur media tim Al Haris dan ketua Gema Al Haris Sani mengatakan melakukan kedekatan dan kontrak terhadap media massa yang ada sebagai sarana untuk memberitakan atau mengkampanyekan visi dan misi serta hasil wawancara dengan media massa mengatakan kedekatan dan kontrak memang dilakukan sebagai prosedur bisnis dan efek yang ditimbulkan oleh media massa ini dapat dilihat dari beberapa narasumber yang mengatakan merasakan atau merespon pesan politik lebih dari pesan sebelumnya yang disampaikan oleh komunikator atau dalam hal ini tim sukses Al Haris Sani. Kondisi Kota Jambi sebagai ibu kota dari Provinsi Jambi yang mendukung media massa dikarenakan keterbukaan masyarakat dan fasilitas terhadap media, kedekatan Bapak Abdullah Sani sebagai wakil wali Kota Jambi, dan dukungan dari tokoh masyarakat yang ada dibelakang Bapak Abdullah Sani menjadikan efek media pada Kota Jambi semakin menguat. Namun, hanya memberikan efek kognitif dan afektif tidak memberikan efek konitif kepada masyarakat Kota Jambi.

4.2 Saran

Media massa seharusnya dalam menyebar luaskan informasi politik baik calon maupun tentang pengetahuan politik yang lain harus sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, tanpa ada yang di tutupi atau di sembunyikan, karena media adalah salah satu sumber informasi atau sumber pengetahuan bagi masyarakat. Masyarakat dalam menerima setiap informasi harus memperhatikan setiap informasi yang dipublikasikan oleh media massa, dan jangan mudah terpengaruh dan mengikuti berita-berita yang belum jelas kebenarannya

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2002
- Daniel, Mc, Quail. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga. 2005
- Huntington Samuel P (1997). *Gelombang Demokrasi Ketiga*, Jakarta: Grafiti.
- Katz Richard s. dan William Crotty, (2014). *Handbook Partai Politik* Bandung : Penerbit Nusa Media.
- Labolo Mahadam dan Ilham Teguh (2015). *Partai Politik dan Sistem Pemilihan Umum di Indonesia* Jakarta: Rajawali Pers
- Onong Uchjana. Effendi, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung. PT. Citra Aditya Bakti. 1993
- Prihatmoko Joko J (2003). *Pemilu 2004 dan Konsolidasi Demokrasi*, Semarang: LP21 Unwahas.
- Dokumen Arsip Tim sukses Pemenangan Alharis- sani
- Marsono, *Pemilihan umum 1974: Pedoman, Peraturan, dan Pelaksanaan* (Jakarta: Djambatan, 1996)
- Effendy Uchjana Onong, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003)
- Sendjaja Djuarsa Sasa, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Universitas Terbuka, 2007)
- Barran J Stanley.. *Pengantar Komunikasi Massa Jilid 1 Edisi 5*. (Jakarta: Erlangga, 2012)
- Yusuf Muri, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2014)
- Djuroto, *Pengantar Jurnalistik*. (Jakarta: Gunung Agung. 2000)
- Erdinaya Komala Lukiaty dan Ardiano Elvinaro. “*Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*”, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2007).

Jurnal dan Skripsi

Supriana Heri “*Pengaruh Media Massa Terhadap Citra Partai Politik (Studi Pada Desa Budi Aji Keamatan Simpang Pematang Kabupaten Mesuji)*” (Pemikiran Politik Islam- Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017)

Candrawati Ari, “*Pengaruh Berita Korupsi Anggota Dprd Kota Malang Periode 2014-2019 Pada Media Detik.Com Terhadap Citra Lembaga Legislatif (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2015)*”(Program Studi Ilmukomunikasi- Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2019)

Nurull hidayat, “*Pemasaran Politik (Political marketing) Tomy Satria Yulianto (Tsy) dalam menghadapi Pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Bulukumba Periode 2020-2025*” (Program Studi Ilmu Pemerintahan fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik universitas Muhammadiyah Makassar, 2020)

Putri Azzahra Anwar et al., “*MEDIA MASSA DAN CITRA POLITIK DI INDONESIA Media Massa Dan Citra Politik Di Indonesia View Project,*” (2019)

Husnul Khatimah, “*Posisi Dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat,*” *Tasamuh* 16, no. 1 (2018)

Elfi Yanti Ritonga, “*Teori Agenda Setting Dalam Ilmu Komunikasi,*” *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study* 4, no. 1 (2018)

Internet

<https://pilkada2020.kpu.go.id/#/pkwkp/rekapitulasi/15> (diakses pada 10/03/2022)

<https://jambikota.bps.go.id/>, “*kota jambi dalam angka*” (diakses 16/08/2022)

L

A

M

P

I

R

A

N

LAMPIRAN DOKUMENTASI WAWANCARA



Foto Dokumentasi : Peneliti dengan Direktur Media Tim Sukses Musri Nauli



Foto Dokumentasi : Peneliti Dengan Ketua Gema Alharis- Sani Andi Khatulistiwa



Foto Dokumentasi : Peneliti Dengan Pengamat Politik Pahrudin



Foto Dokumentasi : Peneliti Dengan Sekjend Pwi



Foto Dokumentasi : Peneliti Dengan Pimpinan Redaksi Berkabar.Id



Foto Dokumentasi : Peneliti Dengan Sony Jantri Pardede Pengacara Dan Ketua Pemuda Katolik



Foto Dokumentasi : Peneliti Dengan Dearti



Foto Dokumentasi : Peneliti Dengan Bella



Foto Dokumentasi : Peneliti Dengan Heri N Posmo

LAMPIRAN PEDOMAN WAWANCARA

1. PEDOMAN WAWANCARA TERHADAP TIM SUKSES

1. Bagaimana pandangan Saudara secara umum terkait penggunaan media pada Pilkada Gubernur Tahun 2020 ?
2. Bagaimana kedekatan Tim pemenangan dengan media massa, apakah melakukan kerja sama ?
3. Seberapa besar peranan dan penggunaan Media Massa dalam pemasaran Paslon ?
4. Bagaimana strategi marketing politik bapak al haris sani melalui media?
5. Soal terpaan media dan persoalan viral media social pada proses pencalonan, bagaimana menurut bapak ?

2. PEDOMAN WAWANCARA TERHADAP MEDIA MASSA

1. Bagaimana Peranan Media secara umum terkait penggunaan media pada Pilkada Gubernur Tahun 2020 ?
2. Bagaimana kedekatan media massa dengan Tim pemenangan, apakah melakukan kerja sama ?
3. Seberapa besar peranan dan penggunaan Media Massa dalam pemasaran Paslon ?

3. PEDOMAN WAWANCARA TERHADAP MASYARAKAT

1. Pandangan umum saudara terhadap penggunaan media massa dalam pilkada gubernur tahun 2020 khususnya di kota jambi ?
2. Pandangan Bagaimana Pengaruh penggunaan Media Massa dalam mempengaruhi pola Prilaku Sosial Politik Masyarakat Di kota jambi
3. Apa yang menjadi alasan Individu atau masyarakat menggunakan Media Massa dalam aktivitas Politik?
4. Apa dampak Positif dalam Penggunaan Media Massa dalam Proses Politik Di Kota jambi?
5. Apa dampak Negatif dalam Penggunaan Media Massa dalam Proses Politik Di Kota jambi ?
6. Bagaimana pandangan saudara pada calon al haris sani melihat branding politik yang dilakukannya melalui media sudah dapat mempengaruhi pola perilaku politik masyarakat ?

CURICULUM VITAE



Indra Ronaldo Lumbangaol, lahir di Sidikalang pada tanggal 19 Juni 1999, Anak ke Enam dari enam bersaudara. Penulis lahir dari pasangan Bapak Tombang Lumbangaol dan Ibu Setina Tampubolon. Penulis mulai menempuh pendidikan di SDN No.0303281 Kecamatan Sidikalang Kabupaten Dairi Pada Tahun 2007 s.d 2012, dan melanjutkan sekolah di SMPN 1 Kecamatan Sidikalang Kabupaten Dairi 2007 s.d tahun 2015, dan melanjutkan sekolah di SMAN 1 Kecamatan Sidikalang Kabupaten Dairi 2015 s.d 2017. Penulis selanjutnya menempuh Pendidikan di Prodi Ilmu Politik Jurusan Ilmu Politik dan Pemerintahan Fakultas Hukum Universitas Jambi.