

**ANALISIS KAMPANYE POLITIK BUPATI TERPILIH  
ANDI SYAFRIL CHAIDIR SYAM DAN SUHARTINA BOHARI  
DALAM PILKADA KABUPATEN MAROS 2020**

**Oleh:**

**ALFIAH UMMAH SUHAIMAH  
E022201019**



**PASCASARJANA ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN MAKASSAR  
2022**

## LEMBAR PENGESAHAN TESIS


### ANALISIS KAMPANYE POLITIK BUPATI TERPILIH ANDI SYAFRIL CHAIDIR SYAM DAN SUHARTINA BOHARI DALAM PILKADA KABUPATEN MAROS 2020

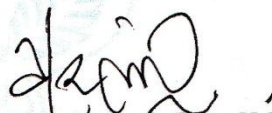
Disusun dan diajukan oleh  
**ALFIAH UMMAH SUHAIMAH**  
E022201019

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka  
Penyelesaian Studi Program Magister Program Ilmu Komunikasi Fakultas  
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin  
pada tanggal **28 Agustus 2022**  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan


Menyetujui

Komisi Penasehat,

  
Dr. H. Muh. Iqbal Sultan, M.Si.  
Ketua

  
Dr. Arianto, S. Sos., M.Si.  
Anggota

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi,

  
Dr. H. Muhammad Farid, M.Si.  
NIP. 19610716 198702 1 001

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik Universitas Hasanuddin,

  
Dr. Phil. Sukri, S.I.P., M.Si.  
NIP. 19750818 200801 1 008

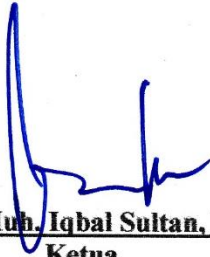


**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS KAMPANYE POLITIK BUPATI TERPILIH ANDI SYAFRIL  
CHADIR SYAM DAN SUHARTINA BOHARI DALAM PILKADA  
KABUPATEN MAROS 2020**

**Alfiah Ummah Suhaimah  
E022201019**

Menyetujui,  
Komisi Penasihat



**Dr. H. Muh. Iqbal Sultan, M.Si.**  
Ketua



**Dr. Arianto, S.Sos., M.Si.**  
Anggota

Makassar, 25 Agustus 2022  
Mengetahui,  
Ketua Program S2 Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Hasanuddin



**Dr. H. Muhammad Farid, M.Si.**  
NIP 196107161987021001

## PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alfiah Ummah Suhaimah

NIM : E022201019

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya pribadi dan bukan merupakan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini merupakan hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atau perbuatan tersebut.

Makassar, 25 Agustus 2022



Alfiah Ummah Suhaimah

## **KATA PENGANTAR**

*Assalamu 'alaikum Warrahmatullahi Wabarrakatuh*

Segala puji dan syukur penulis hanturkan kehadirat Allah SWT, atas segala Rahmat dan Rahimnya sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik, guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Pascasarjana (S2) Program Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

Teruntuk dua manusia terkasih Drs. Muhammad Guntur Wahyudi dan Dra. Darmawati M.Pd,. Terima kasih untuk segala usaha dan doa dalam melahirkan, membesarkan, mengajarkan, dan mendidik penulis untuk memiliki ilmu yang manfaatnya jauh lebih berharga daripada harta. Terima kasih telah menciptakan standar yang tinggi sehingga anakmu selalu berusaha, meski terkadang harus dibarengi dengan keringat dan cucuran air mata untuk menggapai dan menikmati indahnya hidup di dunia ini.

Untuk saudaraku Abdul Mushawwir Fajar Ramadhani, terima kasih telah menjadi adik yang baik, selalu mengalah, dan mengajarkan arti sabar terhadap kakaknya.

Untuk suamiku tercinta Adi Putra, S.M., M.M., yang telah setia mendampingi dan mensupport baik dari segi motivasi, tenaga, maupun biaya. Ibu dan bapak mertuaku, Mitro Patompo, S.E. dan Nasrum, S.E. yang tak henti-hentinya memotivasi dan mensupport, serta teristimewa calon babyku yang selalu menyertaiku mulai dari ujian proposal, hasil, dan tutup.

Tesis ini penulis dedikasikan juga untuk kedua nenek tercinta, yang telah lebih dulu bertemu Allah SWT. Semoga di surga-Nya engkau tersenyum lebar menyaksikan cucu kesayanganmu telah berada di tahap ini.

Penyelesaian tesis ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati dan penuh keikhlasan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Dr. Phil. Sukri, S.I.P., M.Si., Ketua Program studi Ilmu Komunikasi Pasca Sarjana Universitas Hasanuddin Dr. Muhammad Farid, M.Si. beserta seluruh dosen pengajar Ilmu Komunikasi atas segala ilmu, dukungan, dan motivasinya.
2. Dr. H. Muh. Iqbal Sultan, M.Si. dan Dr. Arianto, S.Sos., M.Si. komisi penasihat, dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, dan memperkaya pengetahuan penulis dalam penyusunan tesis ini.
3. Dr. Hasrullah, M.A., Dr. Sudirman Karnay, M.Si., dan Dr. Muh. Farid, M.Si., dosen penguji yang telah bersedia mengarahkan dan membimbing penyusunan tesis ini.
4. Keluarga besar penulis, Puang Nita, Puang Ical, Puang Tehang, Puang Anni, dan Puang Atu yang selalu memikirkan masa depan keponakannya untuk menggapai segala mimpi yang dicita-citakan.

5. Teman-teman seperjuangan di Prodi Ilmu Komunikasi Pascasarjana Universitas Hasanuddin, Ibu-bu Kompleks Nadya, Ica, Megita, Izzah, Zizi, Mutia dan Try. Terima kasih sudah menciptakan kebahagiaan di balik kesusahan, telah menjadi pendengar segala permasalahan, bersedia berkompromi atas segala kekuranganku, dan tentu perhatian-perhatian kecil yang membuat persaudaraan ini semakin erat.

Menutup segala ucapan yang ada, besar harapan penulis agar tesis ini menjadi karya yang bermanfaat dan berkontribusi dalam pengembangan Ilmu Komunikasi kedepannya.

Makassar, Agustus 2022

Penulis,

Alfiah Ummah Suhaimah

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS .....	iv
PRAKATA .....	v
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR BAGAN .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	<u>xi</u>
ABSTRAK .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
A. Tinjauan Hasil Penelitian .....	10
B. Tinjauan Teori dan Konsep .....	14
C. Kerangka Pikir .....	57
BAB III METODE PENELITIAN .....	59
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	59
B. Waktu dan Tempat Penelitian .....	59
C. Teknik Pengumpulan Data .....	60
D. Teknik Penentuan Informan .....	61
E. Teknik Analisis Data .....	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	65
A. Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian .....	65
B. Profil H. Andi Syafril Chaidir Syam, S.I.P., M.H. ....	68
C. Profil Hj. Suhartina Bohari, S.E. ....	71



D. Peran Media Kampanye Politik Bupati Terpilih Pasangan Chaidir Syam-Suhartina Bohari dalam Pilkada Kabupaten Maros 2020.....	72
E. Gaya dan Pola Komunikasi Bupati Terpilih Chaidir Syam-Suhartina Bohari Pada Pilkada Kabupaten Maros 2020.....	80
F. Bentuk Kampanye Politik Bupati Terpilih Chaidir Syam-Suhartina Bohari Pada Pilkada Kabupaten Maros 2020.....	93
 BAB V PENUTUP.....	 99
A. Kesimpulan.....	99
B. Saran .....	100
 DAFTAR PUSTAKA.....	 102
LAMPIRAN .....	105
CURICULUM VITAE .....	129

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran .....	57
------------------------------------	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Model Analisis interaktif Miles dan Hubberman.....	63
Gambar 4.1 Penggunaan Sosial Media Youtube Maros TV dalam Mensosialisasikan Visi Misi Pasangan Calon Chaidir Syam-Suhartina Bohari .....	75
Gambar 4.2 Narasi Propaganda Bergambar .....	76
Gambar 4.3 Penggunaan Media Berita dalam Peningkatan Citra Pasangan Calon Chaidir Syam-Suhartina Bohari .....	79
Gambar 4.4 Baliho, Spanduk, Stiker .....	80
Gambar 4.5 Paslon Bertsilaturahmi .....	85
Gambar 4.6 Moms Keren .....	88
Gambar 4.7 Debat Publik .....	92
Gambar 4.8 Anak Milineal .....	93
Gambar 4.9 TV Maros .....	95
Gambar 10 Media Kampanye .....	96
Gambar 11 Rekap Hasil Pilkada .....	98
Gambar 12 Mengunjungi Warga .....	101
Gambar 13 Jaga Jarak .....	102

## ABSTRAK

ALFIAH UMMAH SUHAIMAH. *Analisis Kampanye Politik Bupati Terpilih Andi Syafril Chaidir Syam dan Suhartina Bohari pada Pilkada Kabupaten Maros Tahun 2020 “dibimbing oleh” Muh. Iqbal Sultan dan Arianto.*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media kampanye politik, gaya dan pola komunikasi, serta bentuk kampanye politik bupati terpilih Chaidir Syam-Suhartina Bohari dalam Pilkada Kabupaten Maros 2020.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan metode wawancara, dokumentasi, dan observasi lapangan dengan teknik analisis data yaitu pengumpulan data, reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian adalah: peran media kampanye politik sebagai penyampai informasi, penyalur aspirasi, pembentuk opini publik, pengalihan isu, branding politik atau pencitraan politik sangat menentukan dalam mendulang suara sebagai pemenang dalam pilkada Maros 2020. Pola dan gaya komunikasi yang dibangun pada kampanye politik bupati terpilih pasangan Chaidir Syam-Suhartina Bohari dalam Pilkada Kabupaten Maros 2020 adalah: pola komunikasi intrapersonal, interpersonal, komunikasi publik, komunikasi massa dengan perpaduan: gaya komunikasi egaliter, berstruktur, dinamik, dan relinguis. Bentuk kampanye politik bupati terpilih pasangan Chaidir Syam-Suhartina Bohari pada Pilkada Kabupaten Maros 2020 adalah luring dan daring berupa kampanye rapat umum terbatas peserta (debat terbuka antarpasangan calon, debat publik), tatap muka dan dialog (silaturahmi/door to door), kampanye organisasi (dialog virtual dengan berbagai komunitas), pentas seni/konser musik virtual, jalan dan sepeda santai, donor darah, alat peraga kampanye, serta memaksimalkan pemanfaatan media elektronik, radio FM, Maros TV, media cetak, poster, pamflet, brosur, video, media interaktif digital, web, media sosial, media berita online, podcast, dan youtube.

Kata Kunci: Kampanye, Pilkada, Masa Pandemi Covid-19.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dalam proses pemilihan umum di Indonesia, kampanye menjadi ajang elit politik dalam menarik sebanyak mungkin pemilih demi meraih kursi kekuasaan. Untuk mendapatkan kekuasaan tersebut, segala cara dilakukan, baik dengan pemberian janji-janji hingga alasan-alasan primordial terkait keadaan rakyat yang membutuhkan keadilan serta kemakmuran. Aksi kampanye dalam pemilihan umum ini acap kali hanya menjadi ladang bualan dan tempat basa-basi para elit politik.

Pola kampanye yang sama di tiap prosesi pemilu membuat masyarakat mulai hilang kepercayaan terhadap elit politik (Haryanto, dkk. 2015). Menjadikan masyarakat skeptis dan apatis terhadap hal-hal berbau politik yang dalam tingkatan terparah menjadikan masyarakat memilih sikap golput dalam berdemokrasi. Selain itu, kampanye-kampanye yang hanya berisi janji membuat kalangan masyarakat kelas bawah menganggap pemilihan umum bukan lagi sebagai proses demokrasi, tapi hanya sebagai ajang pertempuran ide dan cerita bagi para elit politik yang pada ujungnya akan mengorbankan rakyat.

Adanya berbagai keraguan yang timbul di hati masyarakat, membuat politikus, khususnya pasangan calon kepala daerah harus mampu berpikir dan menjalankan politik yang baik dan cerdas untuk memenangkan hati masyarakat. Untuk mendapatkan keberhasilan dan kesuksesan dalam kampanye, dibutuhkanlah strategi dan penganggaran biaya yang tepat. Penetapan strategi dan penganggaran biaya yang tepat dalam kampanye disesuaikan dengan target sasaran. Pemahaman

yang baik terhadap target sasaran kampanye akan lebih mudah menentukan strategi kampanye yang akan dilakukan sehingga tidak menghamburkan uang secara percuma hanya demi atribut kampanye pemilihan semata.

Salah satu bentuk strategi kampanye minim biaya yang dilakukan elit politik Indonesia ialah pendekatan kemanusiaan dengan berupaya menyentuh hati pemilih agar tertarik dan memilih. Pendekatan kemanusiaan ini belakangan dipopulerkan dan sangat identik dengan Presiden Republik Indonesia (RI) Joko Widodo dengan strategi kampanyenya yang dikenal dengan sebutan "*blusukan*". Dalam proses kampanye dan pada saat menjabat sebagai Wali Kota di Solo ataupun Gubernur di Daerah Khusus Ibu Kota (DKI) Jakarta, strategi kampanye Bapak Joko Widodo ini dilihat sebagai hal yang sangat positif oleh masyarakat dan menjadi model kampanye politik yang paling disukai masyarakat.

"*Blusukan*" yang dilakukan Jokowi tidak hanya sekedar kunjungan dan inspeksi mendadak, kunjungan tak direncanakan, kunjungan yang tidak ada unsur rekayasa, namun merupakan gaya dirinya untuk menyerap dan mengerti aspirasi rakyatnya secara langsung, baik segi teknis maupun non teknis, termasuk suasana bathin yang berkembang di dalam masyarakat untuk menata dan mengelola pemerintahannya.

Selain pendekatan kemanusiaan, elit politik Indonesia juga menggunakan strategi kampanye politik berbasis silaturahmi. Strategi kampanye ini dilakukan oleh calon legislatif *incumbent* Kabupaten Klaten pada pemilu 2014. Strategi ini berfokus pada pengakraban diri calon legislatif ke berbagai pihak melalui saluran komunikasi kelompok baik kelompok keagamaan maupun kelompok kepemudaan,

saluran komunikasi publik seperti pagelaran musik, turnamen olahraga, saluran komunikasi sosial seperti kelompok arisan dan pengajian, saluran komunikasi antar pribadi, dan saluran komunikasi tradisional seperti mengikuti pesta adat (Setyo, 2013).

Strategi lain yang digunakan elit politik Indonesia dalam berkampanye ialah dengan memanfaatkan unsur-unsur dari analisis SWOT, yaitu kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Strategi ini diawali dengan menaksir kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pasangan calon kepala daerah. Strategi ini terbukti berjalan dengan baik dan berhasil dilakukan oleh tim pemenangan pasangan bupati dan wakil bupati terpilih Kabupaten Minahasa periode 2013-2018 (Pontoh, 2015).

Berbeda dengan tahun-tahun sebelumnya, pada pelaksanaan pilkada serentak 9 Desember 2020, situasi dan kondisi sangat sulit akibat pandemi Covid-19. Hal ini membuat calon atau peserta pilkada termasuk pasangan Andi Syafril Chaidir Syam dan Suhartina Bohari yang merupakan pasangan calon bupati dan wakil bupati pada pemilihan Bupati Kab. Maros 2020 yang berasal dari kader partai yang sama (PAN) tidak mudah untuk melaksanakan kampanye. Meski demikian, strategi jitu dalam proses kampanye yang dilakukan selama masa pandemi Covid-19 membuat pasangan Andi Syafril Chaidir Syam dan Suhartina Bohari menjadi pemenang dan terpilih sebagai Bupati dan Wakil Bupati Kab. Maros.

Pasangan Andi Syafril Chaidir Syam dan Suhartina Bohari pada kampanye politiknya, mempromosikan program-program unggulan mereka yang dikemas dengan cara yang menarik sehingga pemilih tertarik memilihnya. Selain itu,

pasangan Andi Syafril Chaidir Syam dan Suhartina Bohari juga membentuk tim sukses sebagai perpanjangan tangan untuk mengajak masyarakat untuk memilih calon Bupati yang diusungnya. Dalam pemasaran strategi ini terdapat tahapan-tahapan yang disusun terlebih dahulu melalui tim sukses yang sudah dibentuk. Hal ini dimaksudkan agar sasaran dan tujuan yang diinginkan dapat dilaksanakan dengan sebaik mungkin. Salah satu strategi kampanye yang diusung ialah kampanye melalui media sosial. Hal ini dilakukan berdasarkan pada tingginya angka pengguna media sosial di tengah pandemi ini.

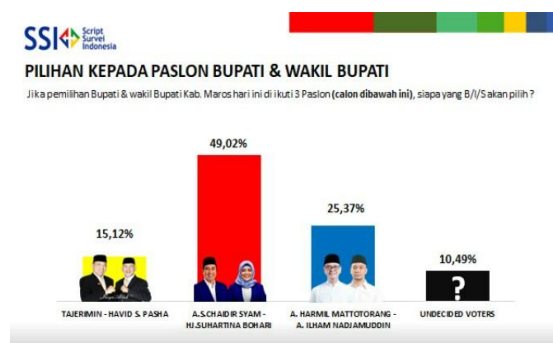
Keberhasilan strategi kampanye pasangan Andi Syafril Chaidir Syam dan Suhartina Bohari dapat dilihat dari suksesnya kampanye akbar secara virtual yang disiarkan langsung melalui media sosial facebook, dengan penonton 17 ribu lebih sejak disiarkan secara langsung pada Minggu sore (08/11/2020). Kampanye akbar tersebut diawali dengan pembacaan doa dan sambutan dari ketua tim pemenangan “Hati Kita Keren”, serta pidato dari founder “Laskar Orang Biasa”.

Saat menyampaikan orasi politik, Chaidir dan Suhartina lebih mempertajam 12 program yang mereka usung. Mulai dari menyiapkan kemudahan akses 20 ribu peluang kerja dan bisnis baru hingga kerjasama dengan kampus dan lembaga peneliti untuk pengembangan SDM. Tidak hanya itu, prosesi penandatanganan kontrak politik yang berisikan 12 poin program Maros Keren juga dilakukan sebagai komitmen mereka untuk pemerintahan yang baik, bersih, dan berpihak kepada rakyat.





Dari pantauan media sosial, pasca rilis survey yang dilakukan oleh Script Survei Indonesia (SSI) yang dimuat di media elektronik politik djournalist (02/11/2020) menempatkan elektabilitas pasangan Chaidir Syam-Suhartina Bohari di tempat tertinggi sebanyak 42,11%, media Sulsel Ekspres pada tanggal 26 November 2020 berdasarkan survey tanggal 15-22 November 2020 survei Script Survei Indonesia (SSI) terhadap 410 orang responden paslon Chaidir Syam-Suhartina Bohari yang diusung oleh PAN (6 kursi), PBB (1 kursi), dan PPP (2 kursi) mengungguli paslon lain dengan angka 49,02% disusul paslon Harmil Mattotorang-A. Ilham yang diusung PKS (2 kursi) dan Nasdem (5 kursi) berada diangka 25,37%, dan paslon Tajerimin-Havid Pasha yang diusung oleh Golkar (7 kursi), PKB (4 kursi), dan Demokrat (1 kursi) memperoleh angka 15,12%.



Meski sukses terlaksana, proses kampanye yang dilakukan pasangan Andi Syafril Chaidir Syam dan Suhartina Bohari tidak semua berjalan lancar. Tingkat elektabilitas calon yang selalu berada di posisi puncak, baik sebelum kampanye hingga kampanye dilaksanakan, membuat banyak pihak kelabakan. Mereka mencari cara agar elektabilitas “Maros Keren” dapat digerus. Salah satu cara yang mereka lakukan ialah kampanye negatif dengan menyebarkan isu miring dan fitnah. Termasuk adanya sekelompok orang yang mengatasnamakan “gerakan masyarakat anti korupsi menggugat” yang menggelar aksi di depan Polres Kejaksaan Maros dan juga ikut dalam aksi yang sama di depan gedung Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) dan Mabes Polri.



Meski diterpa dengan hujatan, fitnah, bahkan serangan dalam bentuk pribadi, pasangan calon Chaidir Syam dan Suhartina Bohari tetap meminta kepada seluruh tim dan pendukungnya untuk menahan diri dan tidak terpancing menanggapi provokasi itu. Pasangan calon ini selalu menegaskan bahwa ia harus berlapang dada menghadapi terpaan isu miring dan fitnah tersebut dengan memaafkan dan mendoakan pelaku agar bisa sadar. Pasangan calon ini selalu menahan simpatisannya untuk berbuat hal yang sama dan selalu menganjurkan

timnya untuk berpolitik sehat dan santun agar tetap bisa menggaet masyarakat dengan program-program yang ditawarkannya.

Pasangan Andi Syafril Chaidir Syam dan Suhartina Bohari juga sangat diuntungkan karena untuk pertama kalinya di Kab. Maros ada calon bupati dan wakil bupati dari kaum perempuan. Banyak nilai tambah yang dimiliki kandidat kaum perempuan. Mereka memiliki tingkat kepekaan yang tinggi terhadap berbagai persoalan di masyarakat terutama masalah kesehatan, pendidikan, keindahan, dan lingkungan hidup. Kandidat perempuan yang mampu mengkomunikasikan ide dan gagasan dengan pendekatan persuasif yang dikemas dalam program yang riil, yang akan dirasakan langsung oleh masyarakat akan jauh lebih berpeluang meraih suara besar ketimbang wajah-wajah lama. Contoh bupati dan wakil bupati dari kaum perempuan yang dianggap berhasil memimpin daerahnya menjadi lebih baik adalah Tri Rismaharini di Kota Surabaya dan Indah Putri Indriani di Luwu Timur.

Pasangan calon Andi Syafril Chaidir Syam dan Suhartina Bohari, meski berasal dari partai yang sama (Partai Amanat Nasional), pasangan ini tetap punya peluang besar karena jumlah pemilih perempuan di Kabupaten Maros lebih banyak dari pemilih laki-laki. Berdasarkan data dari KPU Kab. Maros, data pemilih yang tercatat pada pilkada 2020 adalah 253.586 dengan rincian laki-laki 122.146 orang sedangkan perempuan 131.440. Adapun yang menggunakan hak suaranya berdasarkan Berita Acara dan Sertifikat Hasil Penghitungan suara dari setiap kecamatan di tingkat Kab. Maros dalam Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati tahun 2020 adalah 197.104 dengan rincian laki-laki 91.192 orang dan perempuan 105.912 orang.

Dari studi kasus di atas, maka penulis tertarik untuk menganalisis Kampanye Politik yang diterapkan Bupati terpilih Kabupaten Maros yang selanjutnya dituangkan dalam sebuah tesis berjudul **“Analisis Kampanye Politik Bupati Terpilih Andi Syafril Chaidir Syam dan Suhartina Bohari dalam Pilkada Kabupaten Maros 2020”**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan beberapa masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana peran media yang digunakan pada kampanye politik bupati terpilih Chaidir Syam-Suhartina Bohari dalam Pilkada Kabupaten Maros 2020?
2. Bagaimana gaya dan pola komunikasi yang dibangun pada kampanye politik bupati terpilih Chaidir Syam-Suhartina Bohari dalam Pilkada Kabupaten Maros 2020?
3. Bagaimana bentuk kampanye politik bupati terpilih Chaidir Syam-Suhartina Bohari dalam Pilkada Kabupaten Maros 2020?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dilaksanakannya Penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas oleh peneliti. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis:

1. peran media yang digunakan pada kampanye politik bupati terpilih Chaidir Syam-Suhartina Bohari dalam Pilkada Kabupaten Maros 2020.

2. gaya dan pola komunikasi yang dibangun pada kampanye politik bupati terpilih Chaidir Syam-Suhartina Bohari dalam Pilkada Kabupaten Maros 2020.
3. bentuk kampanye politik bupati terpilih Chaidir Syam-Suhartina Bohari dalam Pilkada Kabupaten Maros 2020.

### **C. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan kajian ilmu komunikasi khususnya komunikasi politik.
  - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi pada penelitian yang relevan atau yang berkaitan dengan strategi kampanye elit politik di Indonesia.
2. Manfaat Praktis
  - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan bahan pemikiran bagi mahasiswa, akademisi, praktisi, dan pemerhati politik dalam praktik-praktik yang berkaitan dengan komunikasi politik.
  - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran umum kepada para pembaca tentang kampanye politik yang ideal dan efektif khususnya dimasa pandemi.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Tinjauan Hasil Penelitian**

Penelitian terdahulu mejadi sebuah acuan dan tolak ukur untuk menyelesaikan penelitian ini. Penelitian terdahulu memudahkan penulis dalam menentukan langkah yang sistematis untuk penyusunan penelitian baik dari segi teori maupun konsep. Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang menjadi bahan referensi bagi penulis untuk melakukan penelitian:

1. Membangun Model Kampanye Politik Berbasis Silaturahmi bagi Calon Legislatif *Incumbent* Kabupaten Klaten Dalam Pemilu 2014 oleh Drs. Bono Setyo, M.Si. Dosen Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. (2013) dalam jurnal Jurnal Komunikasi PROFETIK, Vol. 06, No. 2, Oktober 2013. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan model kampanye politik yang mengacu pada teori Model Perkembangan Lima Tahap Fungsional oleh Larson (1993).

Hasil yang didapatkan dari penelitian ini ialah Model kampanye politik calon anggota legislatif meliputi tahap identifikasi, tahap legitimasi, tahap partisipasi, tahap penetrasi, dan tahap distribusi. Para caleg memanfaatkan media yang ada untuk kampanye politik melalui media cetak, elektronik maupun out-door. Model kampanye politik calon anggota legislatif berbasis silaturahmi antara lain melalui saluran komunikasi kelompok, saluran komunikasi publik, saluran komunikasi sosial, saluran komunikasi antarpribadi, dan saluran komunikasi tradisional. Landasan teori yang

digunakan dalam penelitian ini menjadi salah satu pembeda dengan penelitian yang akan penulis lakukan.

Penelitian ini menggunakan teori model perkembangan Lima Tahap Fungsional oleh Larson (1993), sementara penulis menggunakan Rogers dan Storey (1987) yang mendefinisikan kampanye sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu.

2. Strategi Kampanye Pemenangan Bupati dan Wakil Bupati Terpilih Pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Minahasa oleh Christianto Pontoh, Max Rembang, dan Adalien Walandouw (2015) pada Journal "Acta Diuma" Volume IV. No.1. Tahun 2015.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif Berfokus pada kampanye yang memanfaatkan unsur-unsur dari analisis SWOT, yaitu kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Strategi kampanye pemenangan yang disusun oleh tim pemenangan pasangan kandidat Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Minahasa Jantje W. Sajow dan Ivan Sarundajang berjalan dengan baik, meski terdapat beberapa gangguan dari dalam tim yang sudah ada jauh dari sebelum masa kampanye dimulai, seperti adanya kelemahan dari pasangan kandidat yakni kesalahan bentuk dukungan partai politik yang tidak menguasai kursi parlement pada daerah pemilihan. Tetapi semua masalah dapat diatasi dengan baik oleh tim pemenangan pasangan kandidat melalui rancangan strategi