

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) bersama pemerintah memutuskan pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) serentak pada Tanggal 9 Desember 2020. Seiring dengan hal tersebut Komisi Pemilihan Umum (KPU) mengeluarkan PKPU Nomor 13 Tahun 2020 tentang Perubahan Kedua Peraturan KPU No 6 Tahun 2020 Tentang Pelaksanaan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/ atau Walikota dan Wakil Walikota serentak lanjutan dalam bencana non alam Covid-19. Hal yang mendasar dalam PKPU tersebut adalah melarang penerapan kampanye yang sifatnya mengumpulkan masa. Kegiatan kampanye¹ diterapkan melalui media *daring* maupun media sosial. Adapun kegiatan kampanye yang dilakukan secara langsung dilakukan dengan terbatas dan wajib menerapkan protokol kesehatan. Tahapan kampanye pada Pilkada Tahun 2020 menjadi perhatian khusus sebab dinilai memiliki proses yang panjang dan sangat rentan terhadap pelanggaran protokol kesehatan. Kampanye dalam proses politik biasanya identik dengan keramaian dan kerumunan. Pilkada Tahun 2020 tentu

¹ Menurut UU No 1 Tahun 2015 Tentang Penerapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No 1 Tahun 2014 Tentang pemilihan Gubernur, Bupati dan Walikota Menjadi Undang-Undang, kampanye adalah kegiatan peserta pemilu untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi, dan program peserta pemilu.

Sedangkan menurut Rice dan Paisley menyebutkan kampanye adalah keinginan untuk mempengaruhi kepercayaan dan tingkah laku orang lain dengan daya tarik yang komunikatif. Kampanye politik merupakan bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh sekelompok orang, seseorang atau organisasi politik diwaktu tertentu dengan maksud untuk memperoleh dukungan politik masyarakat.

memunculkan kekhawatiran yang dapat memicu perluasan penyebaran virus berbahaya Covid-19.

Tantangan terbesar kandidat dalam proses kampanye *daring* pada Pilkada Tahun 2020 lalu adalah bagaimana peserta tersebut mengatur strategi kampanye yang dapat mendulang jumlah suara khalayak dan tentunya dapat berpengaruh menarik perhatian masyarakat pemilih. Terdapat 6 jenis kegiatan kampanye yang dilarang pada kegiatan Pilkada 2020 lalu. Hal ini dapat dilihat dalam pasal 88C PKPU Nomor 13 Tahun 2020 tersebut, yaitu, rapat umum, kegiatan kebudayaan seperti konser musik atau panen raya, kegiatan olah raga berupa gerak jalan atau sepeda santai, perlombaan, kegiatan sosial berupa bazar atau donor darah, serta peringatan hari ulang tahun partai politik. Pertemuan secara langsung yang diadakan di dalam gedung boleh dilakukan dengan membatasi jumlah peserta yaitu, maksimal 50 orang dan dengan jarak satu meter dan dilengkapi dengan penerapan protokol kesehatan yang ketat.²

Pada dasarnya aktivitas kampanye memiliki 4 elemen penting, yaitu; 1) tindakan kampanye ditujukan untuk menciptakan efek tertentu, 2) jumlah khalayak sasaran yang besar, 3) dipusatkan dalam kurun waktu 4) dan melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisir. (Venus, 2007:7). Keadaan pandemi yang melanda dan berpengaruh terhadap segala aspek kehidupan mengharuskan lebih banyak kegiatan di dalam rumah. Hal tersebut juga menjadi poin besar untuk menjalankan kampanye secara *daring*. Sejak diterapkannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di Indonesia, pandemi mengubah

² Siti Chairani Dewanti. 2020 Kebijakan Kampanye Secara Dalam jaringan Pada Pilkada Serentak 2020. *Artikel Bidang Politik Dalam Negeri info Singkat, Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI*. 12 (19), hlm 26

secara langsung pola perilaku masyarakat terutama dalam mengakses internet. Banyak pekerjaan yang dilakukan di rumah bahkan proses belajar mengajar.

Hal tersebut juga berimbas terhadap proses kampanye politik. Pemasangan alat peraga kampanye seperti baliho, dan spanduk yang masif di luar ruangan menjadi kurang efektif sebab kemungkinan untuk dilihat masyarakat lebih kecil. Maka dalam hal ini setiap kandidat perlu memahami dan mengatur strategi dengan tepat dan cermat dalam mempromosikan diri melalui media *daring* maupun media sosial agar dapat menarik perhatian pemilih. Pemanfaatan jaringan internet di sini memiliki peran besar dalam proses kampanye politik secara *daring*. Tidak hanya melalui media sosial, media elektronik juga digarap menjadi alat pertukaran informasi kampanye *daring*. Kampanye dalam jaringan (*daring*) dinilai lebih efektif dan efisien dari segi waktu dan tempat. Selain itu juga tidak memakan biaya yang cukup besar dari pada metode kampanye konvensional.

Namun permasalahan yang muncul pada kampanye *daring* tersebut adalah apakah peserta pemilu siap bertransformasi untuk melakukan metode kampanye dari metode konvensional menuju kampanye *daring*? Pada metode *daring* ini kandidat dituntut untuk berkreasi, kreatif dan inovatif dalam berkampanye secara *daring*. Selain itu permasalahan yang dihadapi bersama adalah masih banyaknya daerah-daerah yang sulit dijangkau oleh jaringan internet. Tidak hanya itu lembaga Bawaslu juga menemukan pelanggaran konten dalam proses kampanye *daring*. Di antaranya penyebaran kampanye hitam, berita bohong (*hoax*) dan netralitas Aparatur Sipil Negara (ASN). Akibatnya tidak terkendalinya bias informasi dan tidak terkendalinya penyebaran informasi tersebut. Dampaknya adalah tersebar luasnya ketidakpastian informasi yang didapatkan. Kelemahan lain

dari metode kampanye dari ini ialah sulitnya membangun *chemistry* antara kandidat dengan masyarakat pemilih. Tidak dapat dipungkiri juga bahwa metode *daring* ini proses pertukaran informasi kampanye tidak berjalan baik.

Aktivitas kehidupan sehari-hari saat ini dimana banyak dilakukan secara *online* dan aturan pemerintah untuk tetap berada di rumah agar penyebaran virus Covid-19 dapat diminimalisir. Pemanfaatan jaringan internet semakin merambak disegala bidang. Banyak gerakan yang dimobilisasi menggunakan internet. Mobilisasi tersebut sukses menjangkit masa. Hal ini tersebar secara luas dan menjadi *trend* dimasa sekarang ini, ditambah lagi didukung oleh situasi dan kondisi yang mengharuskan penggunaan internet secara efektif ketika pandemi melanda dan menghambat aktivitas sehari-hari.

Pada proses pemilu tentunya terdapat mobilisasi massa yang dilakukan oleh kandidat untuk mencapai tujuan politiknya. Mobilisasi politik sendiri kegiatan atau tindakan yang dilakukan atas dorongan atau ajakan dari pihak satu ke pihak lainnya. Tujuannya mobilisasi massa sendiri dalam pemilu adalah untuk mencari dukungan politik seperti dukungan untuk memperoleh suara kemenangan dalam pemilu.³ Mobilisasi merupakan keanekaragaman proses keterlibatan masyarakat dalam suatu usaha rekrutmen masa dengan tujuan tertentu. Mobilisasi secara struktural terjadi pada pada masa industrialisasi dan mobilisasi. Mobilisasi pada dasarnya terdapat dalam 2 bentuk yaitu mobilisasi langsung dan tidak langsung. Perbedaan keduanya pada mekanisme mobilisasi yang dilakukan oleh partai maupun aktor politik. Mobilisasi langsung dilakukan dengan cara pengerahan terhadap pemilih agar melakukan tindakan politik sebagaimana yang

³ Elwan, M., & Ode, L. (2019). Model dan Dampak Mobilisasi Politik Pemilihan Kepala Desa (Studi Kasus: Desa Bontomatinggi Kabupaten Maros Sulawesi Selatan Tahun 2016). *Journal Publicuho*, 1(4), hal 2-3.

diinginkan partai maupun aktor politik seperti melakukan sosialisasi maupun kampanye terbuka. Sedangkan mobilisasi tidak langsung dilakukan dengan cara mempengaruhi cara pandang pemilih sehingga pemilih akan mengekspresikan pemahamannya dalam bentuk keputusan politik pemilih, seperti mempengaruhi pemilih melalui media sosial maupun iklan media masa maupun iklan *mainstream*⁴.

isu terkait strategi kampanye sudah banyak dikaji oleh orang. Secara umum mereka menemukan bahwa strategi kampanye dimasa pandemi ini banyak digunakan dalam bentuk daring, (Cristianto, 2015), (Yozi, 2020), (Febriana, 2021). Pada penelitian terdahulu lebih banyak membahas bagaimana efektif atau tidaknya penerapan kampanye *daring* dilakukan, kemudian bagaimana kelebihan dan kekurangan metode kampanye *daring*.

Pada penelitian yang dilakukan kali peneliti melihat bahwa ada strategi tertentu yang dilakukan oleh Pasangan Mahyeldi-Audy pada masa kampanye 2020 lalu yang unik dan berbeda dari kandidat lain. kemudian penelitian yang peneliti lakukan ini untuk menganalisis secara mendalam strategi kampanye yang dilakukan kandidat, yaitu Mahyeldi-Audy pada Pilkada 2020. Maka hal yang menjadi kebaruan penelitian kali ini serta menjadi dasar peneliti untuk melakukan penelitian tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Pada tahun 2020 Indonesia kembali melangsungkan pesta demokrasi serentak yaitu pemilihan kepala daerah serentak se-Indonesia. Terdapat perubahan pada Pelaksanaan Pilkada serentak Tahun 2020 tersebut. Hal ini disebabkan oleh

⁴I Kadek Eggy Segel, Muh. Ahli Azhar, Piers Andreas Noak, 2017, Mobilisasi Massa Melalui Tajen dalam pemilihan Legislatif Tahun 2014 Kabupaten Tebanan. *E-Jurnal Politika*, 1 (1), 1-11.

adanya pandemi virus Covid-19 yang melanda dunia bahkan sampai ke Indonesia. Berbagai upaya dilakukan untuk memutus rantai penyebaran Virus mematikan ini, maka dilakukan pembatasan untuk bertemu. Namun demikian proses kampanye mesti tetap dilakukan. Oleh sebab itu KPU mengeluarkan PKPU No 13 Tahun 2020 yang mana didalamnya mengatur tentang penerapan metode kampanye secara *daring*⁵.

Berdasarkan regulasi tersebut maka Pilkada diadakan secara serentak pada 9 Desember 2020. Sumatera Barat merupakan salah satu daerah yang juga mengikuti Pilkada serentak. Pilkada dilakukan untuk memilih calon Gubernur dan wakil Gubernur, Bupati dan calon Bupati serta Walikota dan Wakil Walikota. Terkhusus untuk pemilihan calon gubernur dan wakil gubernur, terdapat 4 pasang calon yang terdaftar di KPU, yaitu pasangan calon nomor urut 1, Mulyadi-Ali Mukhni, pasangan nomor urut 2, Nasrul Abit-Indra Catri, pasangan nomor urut 3, Fakhrizal-Genius Umar, dan pasangan nomor urut 4, Mahyeldi-Audy.

Mahyeldi dan Audy merupakan pasangan pertama yang mendaftarkan di KPU Sumbar pada 4 April 2020. Pasangan ini diusung Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dan Partai Persatuan Pembangunan (PPP). Kedua partai tersebut mendapatkan 14 kursi di DPRD Sumbar. Sehingga telah memenuhi persyaratan minimal 13 kursi di DPRD, dengan rincian PKS mendapatkan 10 kursi dan PPP 4 kursi. Pada saat pencabutan lot nomor urut pasangan calon ini mendapatkan nomor urut 4.⁶

⁵ Lebih lanjut dapat di lihat pada PKPU No 13 Tahun 2020

⁶Perdana Putra, 2020, .Ini Profil 4 Paslon di Pilgub Sumbar, Ada Anggota DPR Hingga Jenderal., Diakses dari laman, <https://regional.kompas.com/read/2020/09/07/11062361/ini-profil-4-paslon-di-pilgub-sumbar-ada-anggota-dpr-hingga-jenderal?page=all>, pada Tanggal 18 Februari 2021 pukul 13;15

Nasrul Abit dan Indra Catri merupakan pasangan yang diusung satu partai saja yaitu Gerindra. Gerindra sebagai partai pemenang saat kontestasi pemilihan legislatif 2019 lalu mendapatkan jatah 14 kursi, sehingga dapat mengusung secara tunggal pasangan nomor urut 2 ini. Pasangan calon ini mendapatkan nomor urut 2 pada saat pencabutan nomor urut pemilu⁷

Fakhrizal dan Genius Umar merupakan pasangan yang diusung koalisi 3 partai yaitu, Partai Golongan Karya (GOLKAR), Nasdem dan Partai Kebangkitan Bangsa (PKB). Koalisi ini memiliki 14 kursi di DPRD Sumbar yaitu, GOLKAR 8 kursi, Nasdem 3 kursi dan PKB 3 Kursi. Sebelumnya pasangan calon nomor urut 3 ini sudah mencoba mendaftar melalui jalur perseorangan namun gagal karena kurang syarat dukungan. Pada saat pencabutan nomor urut, pasangan calon ini mendapatkan nomor urut 3.⁸ Kemudian pasangan calon Mulyadi-Ali Mukhni, yang mana diusung Demokrasi dan PAN yang sama-sama mendapatkan 10 Kursi di DPRD di Sumbar.

Pilkada kali ini ada sedikit perbedaan dalam prosesnya. Salah satunya adalah bentuk kampanye yang dilakukan. Mengingat kondisi wabah Covid-19 yang masih banyak memakan korban, sehingga bentuk kampanye dilakukan secara *daring*. Kampanye yang biasanya dilakukan di panggung besar lapangan terbuka dengan mengumpulkan masa yang banyak, mengingat kondisi wabah Covid-19 merebak sehingga kegiatan seperti ini tidak lagi efektif dijalankan. . Kampanye hanya dilakukan melalui alat peraga, pengenalan tentang profil serta visi misi paslon melalui media sosial. Hal ini tentu dimaksudkan agar penyebaran virus Covid-19 tidak meningkat.

⁷*Ibid*

⁸*Ibid*

Pilkada tetap dilangsungkan pada 9 Desember 2020 dengan menerapkan protokol kesehatan. Setelah perhitungan suara dilakukan untuk pemilihan Gubernur dan calon Gubernur di Sumatera Barat, pasangan calon No urut 4 yaitu Mahyeldi Audy meraih suara terbanyak. Kedua pasangan tersebut mampu mendapatkan suara terbanyak disebagian besar wilayah di Sumatera Barat. Berikut hasil rekapitulasi final KPU dalam perhitungan suara di beberapa daerah.

Tabel 1.1
Rincian Perolehan Suara pasangan Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Sumatera Barat Pada Pilkada 2020.

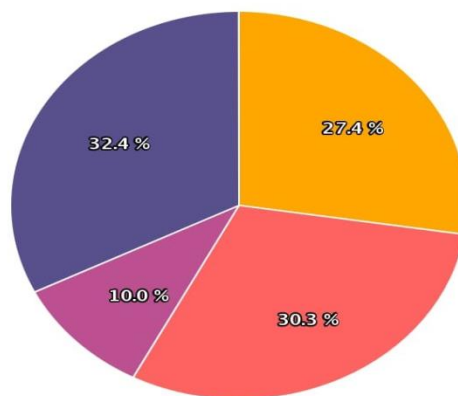
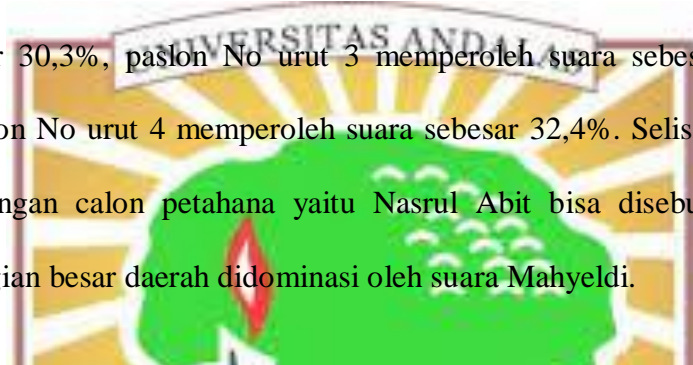
| No | Wilayah | PASLON URUT 1 | PASLON URUT 2 | PASLON URUT 3 | PASLON URUT 4 |
|------------|-----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 1. | Kabupaten Agam | 56.199 | 54.198 | 14.978 | 60.463 |
| 2. | Dharmasraya | 29.860 | 32.135 | 13.045 | 35.879 |
| 3. | Mentawai | 7.831 | 16.745 | 4.585 | 3.909 |
| 4. | Bukittinggi | 22.742 | 7.762 | 2.855 | 22.123 |
| 5. | Padang | 39.233 | 92.802 | 31.753 | 152.741 |
| 6. | Padang Panjang | 3.481 | 4.508 | 1.996 | 11.274 |
| 7. | Pariaman | 6.816 | 5.982 | 15.933 | 9.856 |
| 8. | Payakumbuh | 12.892 | 8.979 | 3.543 | 22.003 |
| 9. | Sawah Lunto | 7.357 | 4.688 | 1.868 | 10.887 |
| 10. | Kota Solok | 7.145 | 7.267 | 2.524 | 19.974 |
| 11. | Lima puluh kota | 64.496 | 37.044 | 17.535 | 42.729 |
| 12. | Padang Pariaman | 65.091 | 33.214 | 25.420 | 34.212 |
| 13. | Pasaman | 45.891 | 37.062 | 7.045 | 34.541 |
| 14. | Pasaman barat | 69.841 | 41.961 | 14.920 | 52.203 |
| 15. | Pesisir Selatan | 33.483 | 160.898 | 8.904 | 21.671 |
| 16. | Sijunjung | 32.114 | 23.259 | 17.863 | 35.807 |
| 17. | Kabupaten Solok | 41.769 | 45.004 | 12.952 | 69.195 |
| 18. | Solok Selatan | 21.914 | 33.383 | 7.137 | 27.885 |
| 19. | Tanah Datar | 46.322 | 32.178 | 16.037 | 59.501 |
| 20. | JUMLAH | 614.477 | 679.069 | 220.893 | 726.853 |

Sumber: Berita Acara dan sertifikat rekapitulasi hasil perhitungan suara ditingkat provinsi

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, hasil perhitungan suara dan rekapitulasi yang dilakukan oleh KPU Sumbar pada Tanggal 20 Desember 2020 lalu, dapat disimpulkan pasangan calon nomor urut 4, yaitu Mahyeldi-Audy memperoleh suara terbanyak, yaitu dengan total perolehan suara diseluruh kabupaten/kota

sebanyak 726.853 suara, kemudian suara terbanyak kedua diraih oleh paslon No urut 2, yaitu pasangan Nasrul Abit-Indra Catri. kemudian disusul oleh paslon No urut 1 yaitu Mulyadi-Ali Mukhni dengan total perolehan suara sebanyak 614.477. dan suara terbanyak terakhir oleh paslon No urut 3 yaitu Fakhrizal-Genius Umar dengan total perolehan suara 220.893 suara.

Jika dipresentasikan masing-masing total suara sah pasangan calon, Paslon No urut 4 memperoleh suara sebesar 27,6%, Paslon No urut 2 memperoleh suara sebesar 30,3%, paslon No urut 3 memperoleh suara sebesar 10,0% dan pasangan calon No urut 4 memperoleh suara sebesar 32,4%. Selisih suara antara Mahyeldi dengan calon petahana yaitu Nasrul Abit bisa disebut cukup tipis. Namun sebagian besar daerah didominasi oleh suara Mahyeldi.



- (01) Ir. H Mulyadi – Drs.H Ali Mukhni
- (02) Drs. H Nasrul Abit – Dr. Ir. H Indra Catri, M.T.
- (03) Irjen. Pol. Drs. H. Fakhrizal, M. Hum – Dr. H Genius Umar, S.Sos, M. Si
- (04) H Mahyeldi, SP – Ir Audy Joinaldy, S.Pt, M.M, IPM, ASEAN.Eng

Diagram 1.1
Presentase Suara Masing-Masing Kandidat Gubernur dan Wakil Gubernur
Sumbar diseluruh Daerah

Sumber: Data Sekunder (diperoleh dari website KPU Sumbar) tahun 2021)

19 Kabupaten/Kota yang ada di Sumatera Barat setidaknya 10 Kabupaten/Kota di antaranya memberikan suara terbanyak kepada paslon No urut

4 ini yaitu, Kabupaten Solok, Kabupaten Sijunjung, Kabupaten Tanah Datar, Kabupaten Agam, Kabupaten Dharmasraya, Kota Padang, Kota Solok, Kota Sawah Lunto, Kota Padang Panjang dan Kota Payakumbuh. Menariknya meskipun pemilu dilaksanakan pada masa pandemi dan kampanye dilakukan secara *daring*, Mahyeldi-Audy mampu meraup suara terbanyak lebih dari sebagian daerah yang ada di Sumatera Barat. Walaupun selisih suara secara keseluruhan tidak jauh berbeda dengan petahana Nasrul Abit. Pertarungan Pilkada kali ini cukup sengit. Apalagi kampanye yang dilaksanakan secara *daring*.

Berdasarkan data persentase di atas, berikut peneliti mengerucutkan data wilayah perolehan suara tertinggi pasangan gubernur terpilih Mahyeldi-Audy



Tabel 1.2
Data Wilayah Suara Terbanyak Mahyeldi-Audy Pada Pilkada 2020 di Sumatera Barat

| No | Kabupaten/Kota | Jumlah suara | Presentase |
|-----|-----------------------|--------------|------------|
| 1. | Kota Solok | 19.974 | 53,9% |
| 2. | Kota Padang Panjang | 11.274 | 53,3% |
| 3. | Kota Padang | 152.741 | 48,3% |
| 4. | Kota Payakumbuh | 35.807 | 46,3% |
| 5. | Kota Sawah Lunto | 10.887 | 43,8% |
| 6. | Kabupaten Solok | 96.195 | 40,4% |
| 7. | Kabupaten Tanah Datar | 59.501 | 38,2% |
| 8. | Kabupaten Sijunjung | 35.807 | 32,9% |
| 9. | Kabupaten Agam | 60.463 | 32,6% |
| 10. | Kabupaten Dharmasraya | 35.879 | 32,2% |

Sumber: data sekunder diolah oleh peneliti dari website KPU Sumbar

Dari tabel 1.2, dapat disimpulkan bahwa presentase suara Mahyeldi-Audy dominan tinggi di wilayah perkotaan. Secara sederhana dapat disimpulkan bahwa penerapan metode *daring* selama masa kampanye 2020 tidak membawa pengaruh buruk terhadap perolehan suara oleh Mahyeldi-Audy. Hal ini dibuktikan dengan perolehan suara yang cukup besar di sebagian besar wilayah Sumatera Barat dibanding kandidat lain.

Media sosial pada level masa sebagai basis suara kelompok politik digunakan sebagai alat memperoleh informasi guna memenuhi kebutuhan yang bersifat positif. Seperti memberikan pelajaran, pemahaman luas terhadap kehidupan bernegara menyuarakan harapan kehidupan yang lebih baik. Media sosial juga memiliki sisi lain yang digunakan untuk mencari informasi yang bersifat negatif terhadap individu

ataupun kelompok yang tidak disukai oleh pihak tertentu.⁹ Menurut (Evans, 2008:34) dalam (Eko Harry, 2017), media sosial sering dihubungkan dengan kebebasan demokrasi informasi karena mengubah seseorang dari pembaca konten menjadi penerbit konten. Unsur fundamental media sosial adalah, pertama media sosial melibatkan saluran media sosial berbeda dan online menjadi saluran utama. Kedua media sosial berubah dari waktu ke waktu. Ketiga media sosial bersifat partisipatif. Media sosial juga mempunyai kekuatan dalam mempengaruhi pendapat masyarakat.¹⁰

Meninjau dari platform media sosial dari Audy Joinaldy, Audy sering *up date* di media sosial terutama pada situs Instagram juga Youtube. Penyampaian pesan kampanye berupa visi dan misi yang digagas pasangan No Urut 4 ini dikemas dalam bentuk video pendek dan berkolaborasi dengan kreator maupun selebgram muda yang memiliki pengikut yang cukup banyak. Konten yang dibuat bercerita tentang bagaimana permasalahan yang ada di Sumatera Barat disesuaikan dengan dengan pesan kampanye yang akan disampaikan. Hal ini dapat dilihat di beberapa postingan Audy Joinaldy.¹¹

Beberapa kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Mahyeldi-Audy dengan melibatkan anak muda. Pada beberapa kegiatan lain yang melibatkan kaum muda atau diistilahkan sebagai kaum milenial adalah dengan membuat konten-konten dengan beberapa influencer Minang. Salah satu kegiatan bertajuk “kopdar Milenial Gerakan Milenial Indonesia Sumatera Barat” untuk generasi milenial dan dengan

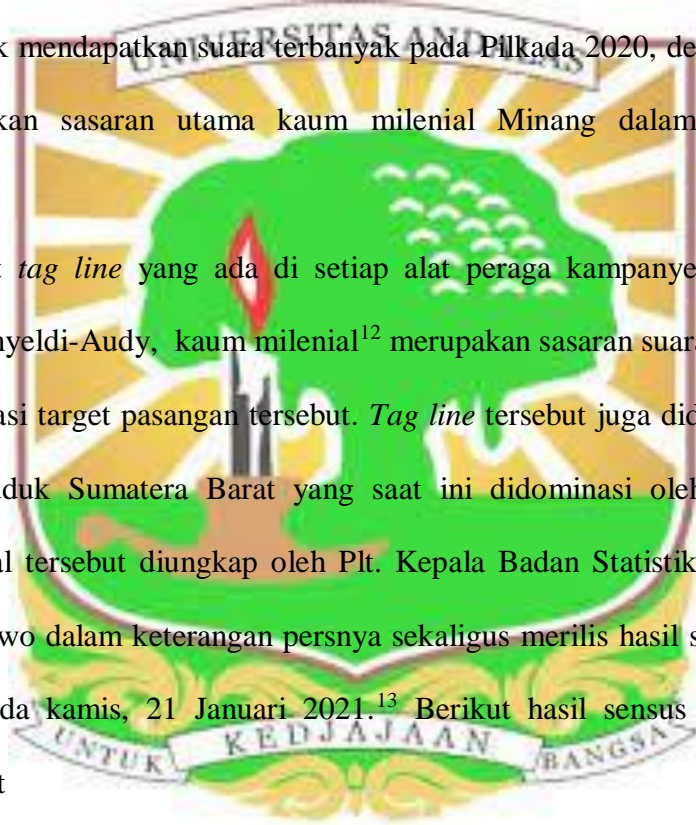
⁹ Eko Harry Susanto. 2017. Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan komunikasi Politik. *Jurnal SPIKOM*. 3(3). Hlm 388

¹⁰ Ibid, hlm 390

¹¹ Lihat pada lampiran 1

akan dibuat program 100.000 milenial *entrepreneur*. Hal serupa yang dilakukan berupa kompetisi-kompetisi yang dilakukan oleh Audy seperti kompetisi membuat 2 bait pantun minang dan mengajak anak muda Sumatera Barat dengan tema peran milenial dalam pembangunan Sumatera Barat. Hadiahnya langsung diberikan oleh Audy Jinaldy berupa uang tunai sebesar 2.000.000 untuk 4 orang pemenang. Hal ini dinilai tentu merupakan salah satu bentuk strategi pasangan calon gubernur nomor urut 4 ini untuk mendapatkan suara terbanyak pada Pilkada 2020, dengan melibatkan serta menjadikan sasaran utama kaum milenial Minang dalam segala bentuk kegiatannya.

Melihat *tag line* yang ada di setiap alat peraga kampanye maupun media kampanye Mahyeldi-Audy, kaum milenial¹² merupakan sasaran suara yang sekiranya menjadi populasi target pasangan tersebut. *Tag line* tersebut juga didukung oleh data struktur penduduk Sumatera Barat yang saat ini didominasi oleh milenial dan generasi Z. Hal tersebut diungkap oleh Plt. Kepala Badan Statistik (BPS) Sumbar, Januarto Wibowo dalam keterangan persnya sekaligus merilis hasil sensus penduduk (PS) 2020, pada Kamis, 21 Januari 2021.¹³ Berikut hasil sensus penduduk 2020 Sumatera Barat



¹² Menurut KBBI, milenial adalah orang yang lahir pada tahun 1990-an dan 2000-an. Generasi ini memiliki kehidupan yang sangat terkait dengan teknologi terutama internet. Arti lainnya dari milenial adalah anak muda zaman sekarang.

¹³ Top Sumbar, 2021, BPS Rilis SP 2020, Struktur Umur Penduduk Sumbar Didominasi Milenial dan Generasi Z, diakses pada laman, <https://www.topsumbar.co.id/bps-rilis-hasil-sp-2020-struktur-umur-penduduk-sumbar-didominasi-milenial-dan-generasi-z/>, pada 30 Mei 2022. Pukul 17:23



Gambar 1.1
Hasil Sensus Penduduk 2020 Provinsi Sumatera Barat

Sumber: Kominfo Sumbar

Melihat data sensus penduduk di atas, tentunya menjadi dasar dari penggunaan tag line #MilenialManang yang digagas kandidat 04, Mahyeldy-Audy. Berdasarkan data tersebut populasi milenial dan gen Z mendominasi dari komposisi lainnya. Generasi milenial merupakan sasaran suara Mahyeldi-Audy, hal ini tentunya memiliki dasar yang kuat dan jangka panjang . Visi misi serta program unggulan

yang telah disusun juga nantinya memerlukan peran serta keaktifan kaum muda anak nagari Sumatera Barat untuk mewujudkan penerapannya agar maksimal. Oleh sebab itu dalam berbagai rangkaian kegiatan yang dilakukakan baik oleh kandidat langsung maupun bersama tim sukses serta relawan Mahyeldi-Audy peran serta kaum muda atau kaum milenial juga diperlukan ide gagasan serta masukannya untuk mencapai tujuan gagasan visi misi pasangan calon 04 tersebut

Merujuk keterkaitan antara visi misi Mahyeldi-Audy dengan *tag line* #MilenialManang, Kaum muda dimaksud nantinya yang akan menjadi motor penggerak baik di bidang ekonomi, industri, pariwisata, sosial dimasa depan nanti. Tentunya ini akan menjadi ujung tonggak kemajuan daerah terutama daerah Sumatera Barat. Menurut Kementerian Koordinator Pembangunan Manusia dan Kebudayaan Republik Indonesia (Kemendikbud) ¹⁴, sebagai generasi penerus bangsa sekaligus agen perubahan, peran pemuda sangat penting dalam proses pembangunan dan partisipasi untuk menyelesaikan tantangan persoalan dalam bidang sosial dan lingkungan khususnya di era digital.

Sebelum masa kampanye berlangsung, Audy Joinaldy kerap berkunjung ke hampir setiap daerah kabupaten kota yang ada di Sumatera Barat. Berbagai bentuk kegiatan dan silaturahmi yang dilakukan Audy Joinaldy bersama tokoh masyarakat, tokoh adat, milenial dan masyarakat di setiap daerah yang dikunjunginya. Selain itu Audy Joinaldy juga menggalakkan industri kreatif setiap daerah. Dibuktikan dari

¹⁴ Kemendikbud. 2021. Tantangan Pemuda Indonesia Diera Digital, diakses pada laman, <https://kemenkopmk.go.id/tantangan-pemuda-indonesia-di-era-digital>, pada 30 Mei 2022, Pukul 18:40

postingan sosial media instagram Audy Joinaldy yang sering mempromosikan usaha UMKM masyarakat Minang terutama yang diproduksi oleh kaum muda.¹⁵

Kegiatan yang dilakukan oleh Audy Joinaldy pada tabel gambar 1.2 dan 1.3 pada lampiran, dilakukan di kota Solok dengan melibatkan milenial seperti kegiatan berolahraga yang dinilai dapat membangun citra positif baginya pada Pilkada 2020. Selain itu Audy juga bersilaturahmi bersama masyarakat kota Solok sekaligus bertemu dengan pelaku UMKM minyak gosok khas kota Solok. Menggalakan kreatifitas UMKM dan berbaaur dengan kaum muda atau sering dikenal milenial ini merupakan dua hal yang terus dikembangkan Audy Joinaldy. Hal ini terlihat dari setiap postingan Audy yang berhashtag #MilenialManang dan #UMKM Sumbar Bangkit. Tidak hanya di kota Solok hal serupa juga dilakukan diberbagai daerah di kabupaten/Kota lainnya, seperti Kota Padang, Sijunjung, Solok Selatan, Dharmasraya, Sawahlunto, kabupaten Solok dan berbagai daerah lainnya.¹⁶

Berdasarkan gambar 1.4-1.14 pada lampiran, dapat di lihat bahwa, Audy Joinaldy kerap berkunjung ke daerah-daerah melakukan berbagai bentuk kegiatan bersama tokoh masyarakat, pejabat daerah, serta melibatkan kaum muda ikut serta dalam rangkaian kegiatan tersebut. Setiap postingan yang diunggah Audy Joinaldy tersebut selalu disertai hastag #MilenialManang. Dalam berbagai kegiatan yang diadakan oleh kedua pasangan calon No urut 04 ini, mereka selalu melibatkan kaum muda atau dikenal dengan istilah kaum milenial. Mengingat Audy Joinaldy merupakan pengusaha muda yang kerap menggerakkan ekonomi kreatif lokal yang

¹⁵ Lihat pada lampiran, gambar 1.2 dan 1.3

¹⁶ Lihat pada lampiran gambar 1.4-1.11

dapat memicu perekonomian daerah. Audy Joinaldy sering berkolaborasi dengan anak muda yang memiliki usaha mikro menengah untuk mempromosikan produk lokal melalui media sosialnya. Hal ini sejalan dengan program unggul yang dibentuk oleh pasangan calon gubernur No urut 04 tersebut yaitu; 1). Mencetak 100.000 milenial *entrepreneur*, *women preneur* pelaku ekonomi kreatif, 2). Mengalokasikan minimal 10% anggaran pertanian dalam arti luas, 3). Beasiswa untuk siswa/mahasiswa tidak mampu yang berprestasi, 4). Industri pariwisata melalui 1 detisnasi wisata berskala dunia & 19 destinasi wisata unggulan.

Dilihat juga dari akun official kemenangan paslon No urut 04 ini di @Mahyeldiaudy.id, serta juga dilihat dari akun official @Mahyeldisp terdapat beberapa kegiatan lain yang dilakukan oleh tim pemenangan maupun relawan Mahyeldi-Audy seperti kegiatan *Flashmob* akbar diseluruh titik kota dan kabupaten di Sumatera Barat. Mahyeldi juga sering blusukan ke masyarakat.¹⁷

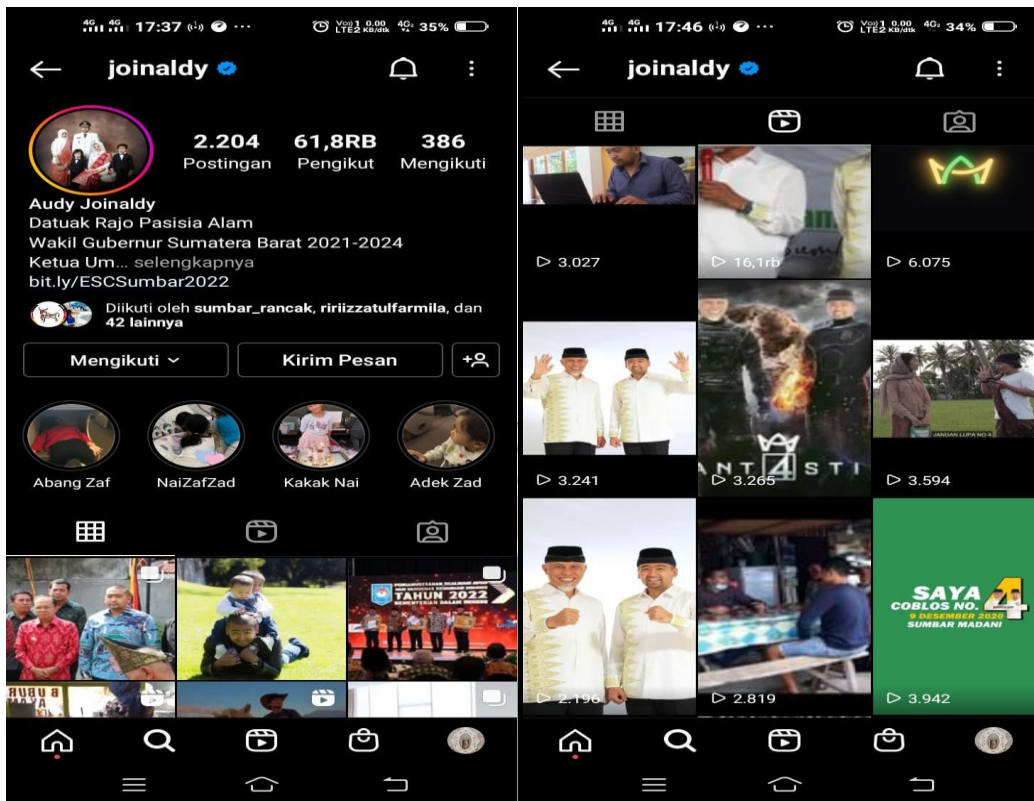
Merujuk juga dari kandidat lain yang maju pada Pilkada Sumbar, dilihat dari postingan media sosial selama masa kampanye *daring* pada Pilkada 2020 lalu, terdapat sedikit perbedaan yang menonjol dibanding Mahyeldi-Audy. Pada dasarnya dimasa kampanye *daring* pemanfaatan media sosial memiliki andil sebagai wadah kampanye di era digital. Dasarnya konsep *daring* yang digagas agar tidak terjadi kerumunan yang dikhawatirkan akan menyebabkan penyebaran Covid-19.

Membandingkan postingan selama masa kampanye *daring* Pilkada 2020 antara kandidat, dari segi *followers* media sosial instagram, Genius Umar memiliki 202.000 followers, dengan penayangan video berisi pesan kampanye kurang lebih 500

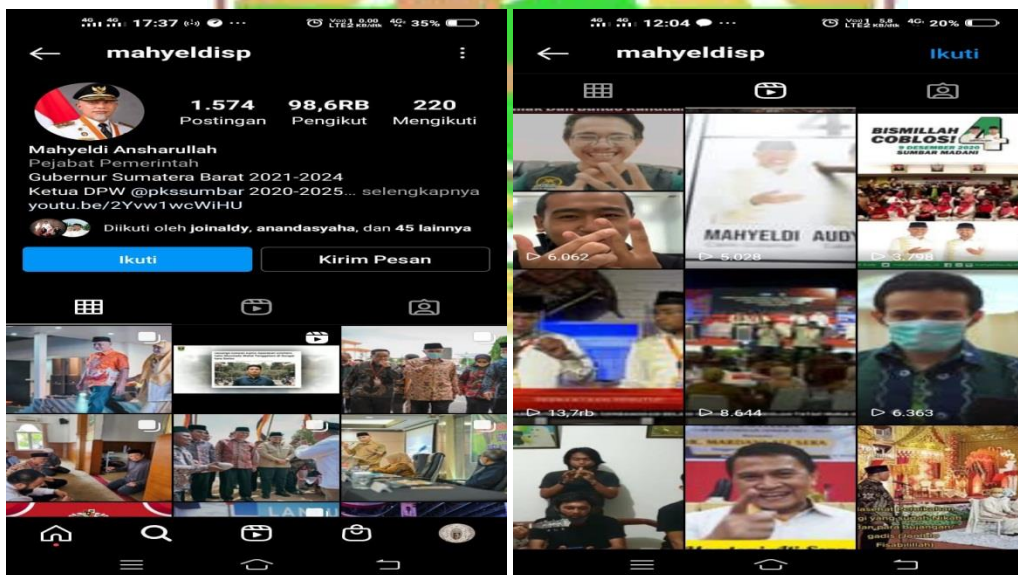
¹⁷ Lihat lampiran, gambar 1.12-1.19

tayangan. Fakhrizal memiliki *followers* 31,7rb *followers* namun tidak ada postingan kampanye di media sosial pribadinya. Mulyadi memiliki *followers* 30,8rb dengan penayangan video kampanye kurang lebih 1.200 tayangan. Ali Mukhni memiliki *followers* sebanyak 3.502. Nasrul Abid memiliki *followers* 19,5rb dengan penayangan video masakampanye kurang lebih 2000 tayangan. kemudian Mahyeldi dengan *followers* 98,5rb, dengan penayangan video kampanye diatas 5000 tayangan. Terakhir Audy Joinaldy dengan *followers* sebesar 61,6rb dengan penayangan video kampanye kurang lebih 5000 tayangan. berikut gambar perbandingan *followers*, *likes* serta *viewers* antar kandidat.

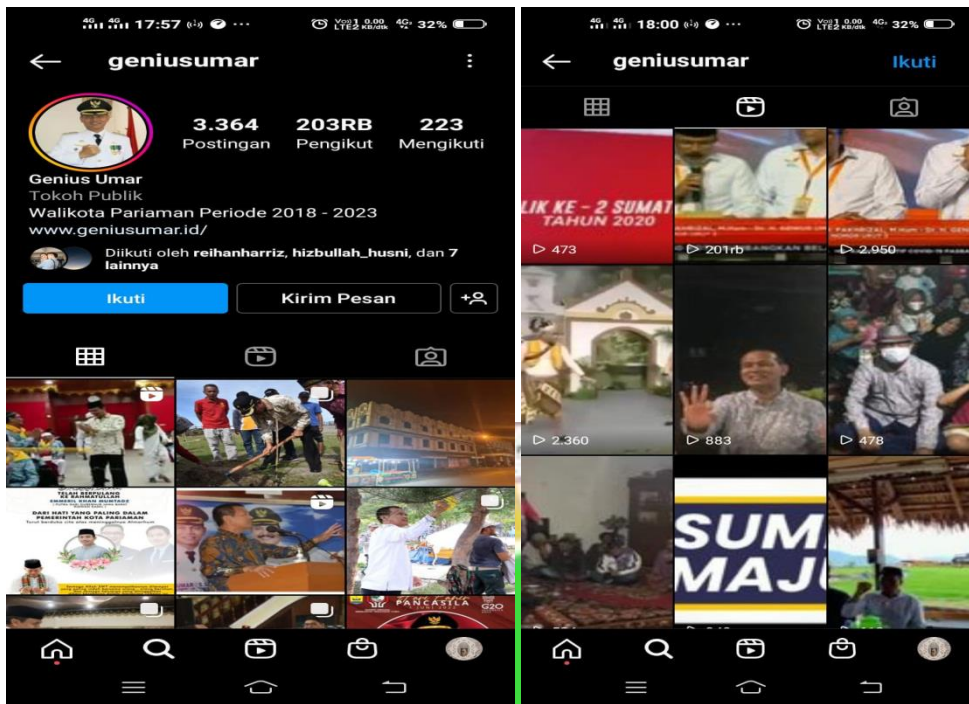




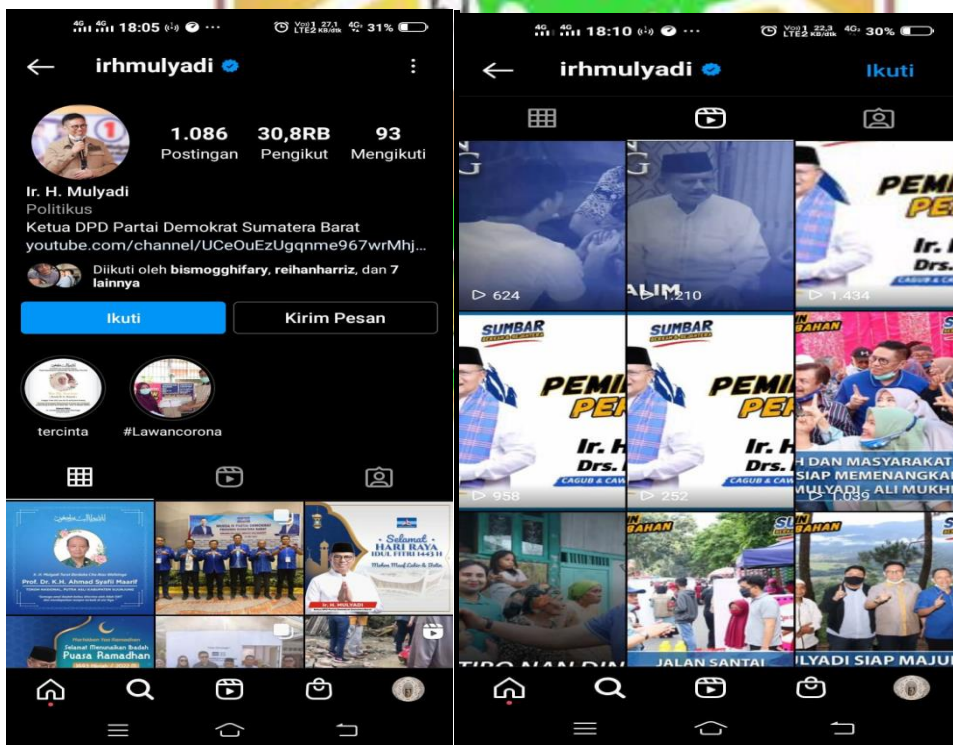
Gambar 1.20
 Jumlah *Followers* beserta jumlah tayangan video kampanye Audy Joinaldy



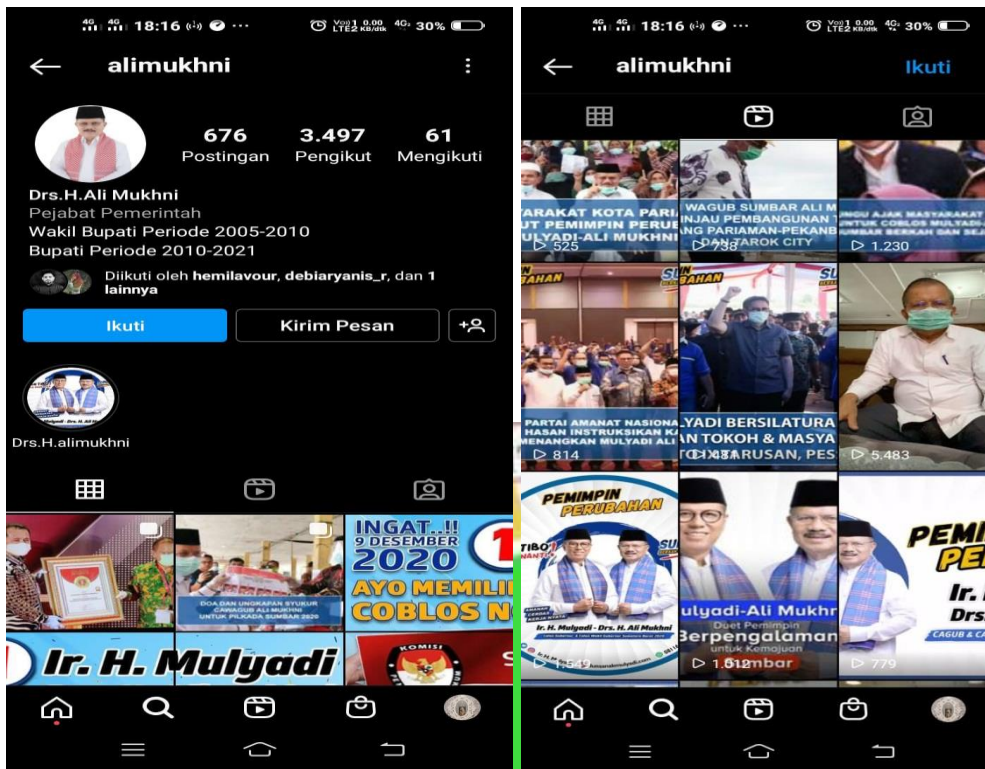
Gambar 1.21
 Jumlah *followers* beserta jumlah tayangan video kampanye Mahyeldi Ansharullah



Gambar 1.22
 Jumlah *followers* beserta jumlah tayangan video kampanye Genius Umar

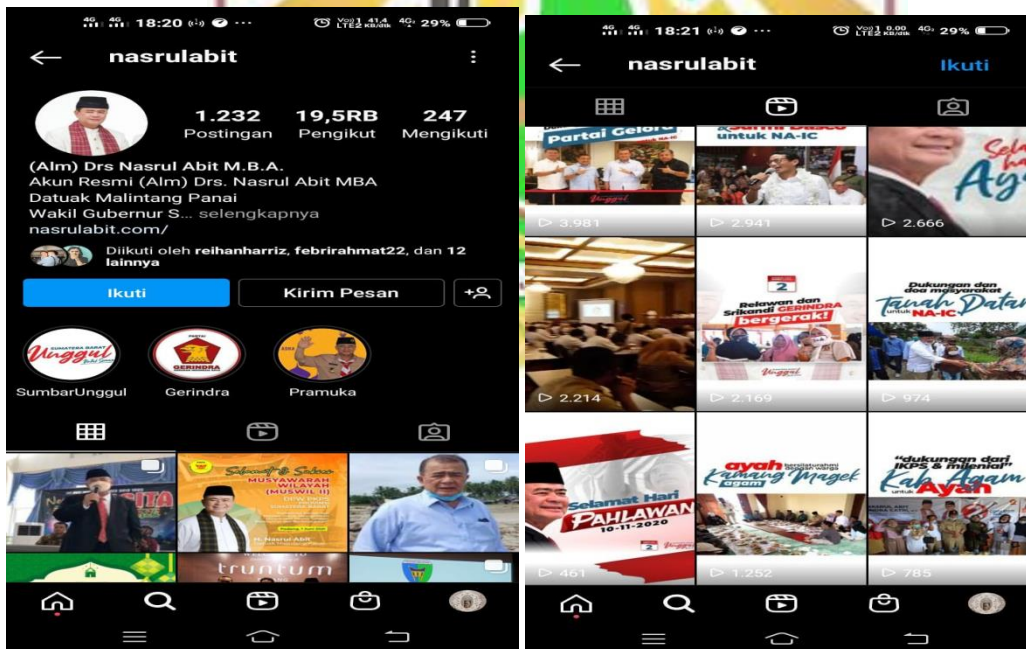


Gambar 1.23
 Jumlah *followers* beserta jumlah tayangan video kampanye Genius Umar



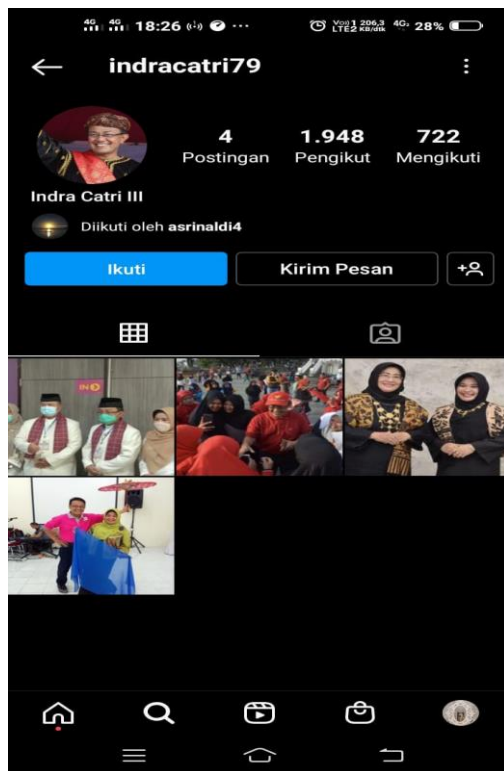
Gambar 1.24

Jumlah *followers* beserta jumlah tayangan video kampanye Ali Mukhni



Gambar 1.25

Jumlah *Followers* beserta jumlah tayangan video kampanye Nasrul Abit



Gambar 1.26

Jumlah *Followers* beserta jumlah tayangan video kampanye Indra Catri

Secara sederhana dapat disimpulkan bahwa masing-masing pasangan kandidat yang maju untuk merebut kursi nomor satu di Sumatera Barat tersebut memiliki followers yang banyak pada media sosial instagram. Namun penayangan maupun *like* tidak imbang dengan jumlah followers yang dimiliki masing-masing individu tersebut. Namun demikian dari 4 pasang kandidat yang maju, pasangan Mahyeldi-Audy memiliki jumlah penayangan serta *like* yang lebih banyak dibanding kandidat lain.

Berdasarkan penjabaran di atas maka peneliti berasumsi bahwa kemenangan Mahyeldi-Audy ini didasari oleh kemampuan tim maupun kandidat dalam memaksimalkan pelaksanaan strategi kampanye yang disusun selama masa kampanye. Melihat isu kampanye yang dibawakan cenderung disesuaikan dengan

keadaan sosial, ekonomi dan budaya masyarakat Sumbar. Hal ini dapat dilihat dari setiap tema kegiatan kampanye yang dibawakan oleh Mahyeldi-Audy melalui media kampanye kedua kandidat tersebut. Seperti jargon politik #MilenialManang yang digagas tentunya merujuk pada jumlah penduduk Sumatera Barat pada tahun 2020 yang menunjukkan data persentase dari jumlah penduduk usia milenial sebesar 24,25% dari total jumlah penduduk 5,53 juta jiwa.

Selain itu juga peneliti berasumsi bahwa kunjungan langsung Mahyeldi-Audy ke masyarakat merupakan salah satu bagian strategi kampanye yang vital dalam memperoleh simpati dan kepercayaan masyarakat untuk memilih pasangan tersebut. Sehingga ini sangat mempengaruhi kemenangan hal ini juga dapat dilihat dari postingan media kampanye kandidat yang menunjukkan bahwa kedua pasangan ini sering turun langsung ke lapangan dan berbaur langsung bersama masyarakat. Maka berdasarkan uraian di atas, kemudian peneliti rumuskan dalam pertanyaan penelitian yaitu, **Bagaimana strategi kampanye yang dilakukan oleh Mahyeldi-Audy Pada Pilkada 2020 di Sumatera Barat?**

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan dan menganalisis strategi kampanye Mahyeldi-Audy pada Pilkada 2020 di Sumatera Barat,

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat guna menambah dan memperluas pengetahuan dibidang keilmuan sosial terutama untuk ilmu politik lokal, khususnya dalam konsep pemilu, Pilkada serta strategi dalam kampanye.

2. Secara Praktis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menambah wawasan baru bagi mahasiswa yang terfokus terhadap strategi kampanye dalam kontestasi politik. Pembahasan Pilkada saat sekarang ini menjadi kajian menarik apalagi pelaksanaan Pilkada dilaksanakan secara serentak dimasa pandemi ini.

