

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia sebagai negara demokrasi selalu melakukan pemilihan umum (Pemilu) setiap 5 tahun sekali untuk menentukan pemimpinnya baik di tingkat nasional maupun daerah, legislatif ataupun eksekutif. Pemilu menjadi momentum bagi rakyat untuk memberi restu bagi peserta pemilu yang diinginkannya, namun dalam praktiknya pemilu tidak selalu dipahami seperti demikian bahkan lebih dangkal, di mana hanya dijadikan ajang promosi wajah dan nama calon legislatif (Fahmi, 2016). Pemilu juga tidak akan terlepas dari berbagai hal seperti kandidat peserta pemilu, konstituen, partisipasi pemilih, peran media, aktivitas komunikasi, strategi kampanye, dan sebagainya.

Kegiatan pemilu juga tidak akan lepas dengan aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh peserta pemilu dengan masyarakat dan konstituennya. Aktivitas komunikasi adalah bentuk kegiatan yang melibatkan proses komunikasi, baik yang dilakukan secara sadar maupun tidak sadar (Effendi, 2009). Aktivitas komunikasi memiliki beberapa prinsip seperti komunikasi dua arah, komunikasi bertujuan, komunikasi terencana, serta komunikasi efektif. Aktivitas komunikasi memiliki berbagai manfaat antaranya meningkatkan pemahaman, membangun hubungan, mengubah sikap serta meningkatkan produktivitas. Sementara itu, komunikasi calon legislatif (Caleg) adalah kegiatan yang dilakukan oleh caleg dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat pemilih (konstituen). Tujuan aktivitas komunikasi tersebut berupa memperkenalkan diri, menyampaikan visi misi serta memperoleh dukungan dari konstituen. Kemudian, berdasarkan bentuknya komunikasi yang dilakukan oleh caleg terbagi kepada komunikasi langsung dan tidak langsung. Komunikasi langsung seperti kegiatan *door to door*, kampanye tatap muka, serta diskusi publik dan komunikasi tidak langsung biasanya komunikasi yang dilakukan melalui media massa, media sosial, dan iklan. Aktivitas komunikasi tersebut ditujukan pada konstituen yang ada pada daerah pemilihannya.

Pemilih atau konstituen adalah Warga Negara Indonesia yang pada hari pemungutan suara telah genap berumur 17 tahun atau lebih atau sudah/pernah kawin mempunyai hak memilih yang terdaftar oleh penyelenggara pemilu presiden dan wakil presiden dalam daftar pemilih, hal tersebut berdasarkan UU No 42 tahun 2008. Sementara itu, Firmansyah dalam (Efriza, 2012) mengatakan pemilih atau konstituen diartikan sebagai semua pihak yang menjadi tujuan utama para kontestan untuk mereka pengaruhi dan diyakinkan agar mendukung dan kemudian memberikan suara kepada kontestan bersangkutan. Kandidat atau caleg harus melakukan pendekatan dan meyakinkan konstituen agar memberikan suaranya di pemilu. Ada berbagai faktor yang menjadi latar belakang kenapa konstituen memilih salah satu caleg, antaranya, karena alasan ikatan kekerabatan/persaudaraan, alasan agama/etnis tertentu, alasan pendidikan, alasan idiologis kepartaian, juga karena alasan *money politic* serta berdasarkan visi misi caleg dan rekam jejaknya (Tri, 2019).

Tak hanya itu, beragamnya latar belakang pemilih juga menjadi faktor penentu apakah kandidat mendapatkan suara pemilih. Khususnya pemilih di daerah perkotaan yang memiliki sifat yang beragam seperti yang disampaikan (Rosidi, 2020) bahwa sifat liberal kawasan perkotaan cenderung memberdayakan para pemilih. Kemudian (Muhaimin, 2019) membagi sifat konstituen yang tinggal di perkotaan menjadi dua, pertama rasional dalam membuat keputusan politiknya. Mereka mempertimbangkan berbagai faktor mulai dari visi misi, program kerja bahkan *track record* si caleg sebelum mengambil keputusan. Kedua, cenderung kritis, khususnya pada informasi yang mereka terima, tidak menelan mentah-mentah informasi yang disampaikan oleh caleg bersangkutan. Karakteristik pemilih yang tinggal di perkotaan juga memiliki tingkat pendidikan yang tinggi, memiliki akses informasi yang luas, serta memiliki mobilitas sosial yang tinggi, itu semua membuat mereka lebih terbuka juga lebih kritis terhadap isu sosial.

Karakteristik tersebut tentu menjadi tantangan tersendiri bagi calon legislatif. Belum lagi mobilitas yang tinggi, persaingan politik yang intens, dan tsunami informasi di media sosial yang belum tentu bisa diatasi dengan baik. Juga berbagai isu perkotaan yang mesti ditindaklanjuti seperti kesenjangan sosial dan

ekonomi, perumahan, transportasi, pencemaran lingkungan, pendidikan, kriminalitas, kesehatan dan ketergantungan pada teknologi.

Dengan faktor perbedaan latar belakang di perkotaan, caleg harus siap menghadapi tantangan tersebut, partai-partai tentu juga memiliki amunisi khusus guna meyakinkan pemilih. Misalnya, partai Gerindra meyakinkan pemilih dengan menggunakan strategi politik yang berkonsep moderen, konsolidasi, dan pengaktifan kader, pemberian sumbangan untuk masyarakat kurang mampu, anak yatim, program sosial kemasyarakatan, pemasangan baliho dan spanduk, kampanye politik dan jargon politik yang menarik. Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) pada Pilgub Jawa Tengah 2018 lalu menggunakan strategi kampanye politik, strategi positioning atau penonjolan figur, strategi basis masa, strategi pendekatan komunitas dan strategi umum. Hal tersebut ampuh memenangkan Ganjar Pranowo dan Taj Yasin Maimoen pada pemilu 2018 (Adriansyah, 2020).

Kemudian, saat berlangsungnya pemilihan umum yang turut bertanggungjawab akan keberhasilan suatu kandidat adalah humas politik atau public relations yang dimilikinya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Lampe, 2010) ada 6 hal yang dilakukan oleh praktisi humas 1) manajemen tema, 2) mempengaruhi opini media, 3) mendapatkan dukungan politik, 4) membangun hubungan yang baik antara para pelaku politik, 5) memberikan perhatian atau suasana positif, 6) memberikan informasi mengenai program politik. (Apriyanti, 2009) menyebutkan bahwa humas tidak hanya terfokus pada operasional tetapi juga terlibat pada keputusan penting partai politik, karena kesuksesan kampanye juga bergantung pada humas politik atau PR politik. Selain praktisi humas politik caleg juga melakukan berbagai cara untuk meyakinkan konstituen agar memberikan suara kepadanya saat pemilu. Mulai dari kampanye politik, pertemuan dengan konstituen, ikut serta dalam sebuah debat, memasang spanduk dan baliho, menyebarkan *flyer*, membagikan kalender juga pemanfaatan media sosial. Tak hanya itu caleg juga memiliki strategi kampanye seperti terjun langsung ke lapangan, memberikan bantuan kepada masyarakat, mengenal lawan sesama daerah pemilihan, memilih zona lumbung suara dengan fokus pada wilayah

tertentu, cara lain adalah memiliki kepribadian yang berkarakter dan yang terakhir memaksimalkan media sosial. Semua hal tersebut dilakukan saat pemilihan agar caleg mendapatkan kursi di Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) di tingkat nasional dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) di tingkat Provinsi, Kabupaten/Kota. Artinya caleg secara tidak langsung menjadi humas atau PR politik melalui dirinya sendiri.

Tahun 2024 Indonesia menggelar pemilu dengan tahapan seperti berikut yang dikutip melalui bawaslu.go.id penyusunan peraturan KPU yang dilakukan 14 Juni-14 Desember 2023, berikutnya pemutakhiran data pemilih dan penyusunan daftar pemilih dimulai 14 Oktober 2022-21 Juni 2023. Tahapan berikutnya, pendaftaran verifikasi peserta pemilu yang dilakukan 29 Juli 2022-13 Desember 2022, pada 14 Desember dilakukan penetapan peserta pemilu. Setelah itu 14 Oktober 2022-9 Februari 2023 dilakukan penetapan jumlah kursi dan penetapan dapil. 6 Desember 2022-25 November 2023 dilakukan pencalonan anggota dewan perwakilan daerah, 24 April 2023-25 November 2023 dilakukan pencalonan Anggota DPR, DPRD Provinsi, DPRD Kab/kota. 19 Oktober-25 November 2023 pencalonan Presiden dan Wakil Presiden. Kemudian masuk pada tahapan kampanye yang dimulai 28 November 2023-10 Februari 2024, pada tanggal 11-13 Februari 2024 adalah masa tenang dan 14 Februari dilakukan pungutan suara. Setelah itu juga dilakukan perhitungan suara di tanggal 14-15 Februari 2024. 15 Februari 2024-20 Maret 2024 rekapitulasi hasil penghitungan suara. Selanjutnya adalah penetapan hasil pemilu dengan menetapkan presiden dan wakil presiden, anggota DPR, DPRD Provinsi dan DPRD Kab/kota, serta penetapan anggota DPD. Tahap akhir adalah pengucapan sumpah/janji Presiden dan wakil presiden paling lambat 3 hari setelah KPU memperoleh surat pemberitahuan dari Mahkamah Konstitusi, pengucapan sumpah DPR dan DPD disesuaikan dengan akhir masa jabatan masing-masing anggota DPRD.

Diketahui, caleg berasal dari partai politik yang memiliki tujuan menjadi perwakilan rakyat di lembaga legislatif. Dalam meraup suara dan dukungan, caleg akan melakukan kampanye kepada masyarakat tempat daerah pemilihannya. Caleg yang berasal dari perdesaan akan fokus meraup suara dari pemilih

perdesaan dan caleg di perkotaan fokus pada pemilih kota di dapilnya. Namun ada hal yang biasanya dipraktekkan oleh caleg tertentu jika sudah mendekati hari pemilihan demi memperoleh suara konstituen, yakni mempraktekkan beli suara. Ini biasa dilakukan oleh caleg yang tidak populer dan hanya bermodalkan uang. Dia membentuk relawan terselubung agar mudah membeli suara konstituen bahkan ada yang membentuk sistem multi level marketing (MLM) strukturnya dari kelompok kecil, menengah dan besar. 5 mencari 10, 10 mencari 20, 20 mencari 40 dan seterusnya (Riyandi, 2019).

Pemilu 2019 lalu ratusan caleg dari berbagai partai memperebutkan 45 kursi DPRD Kota Padang. Ada 5 daerah pemilihan untuk Kota Padang, yakni Dapil 1 Koto Tangah, Dapil 2 Kuranji, Pauh, Dapil 3 Lubuk Kilangan, Lubuk Begalung, dan Bungus Teluk Kabung, Dapil 4 Padang Selatan, Padang Dapil 5 Padang Barat, Padang Utara dan Nanggalo (Ade, 2019). Dari 5 dapil tersebut ada 9 partai yang berhasil mendapatkan kursi di DPRD Kota Padang seperti uraian tabel berikut:

Tabel 1.1
Partai Politik yang Berhasil mendapatkan kursi di DPRD Kota Padang
2019

NO	Partai Politik	Jumlah Kursi di DPRD
1.	Gerindra	11 kursi
2.	PKS	9 kursi
3.	PAN	7 kursi
4.	Demokrat	6 kursi
5.	Golkar	3 kursi
6.	PPP	3 kursi
7.	PDIP	3 kursi
8.	Berkarya	2 kursi
9.	Nasdem	1 kursi

(Sumber : KPU Kota Padang 2019)

Kemudian dari data yang diperoleh untuk Dapil 1 peraih suara terbanyak dengan total 8.598 suara dari total suara sah 92.686 diraih oleh Muharlion dari PKS. Diikuti Delma Putra dari partai Gerindra dengan 4.186 suara. Di dapil 2 suara terbanyak diraih oleh Syafrial Kani dengan 7.091 suara dari 71.430 suara sah, diikuti Donal Ardi dari Gerindra dengan 4.218 suara. Dapil 3 total suara sah 99.835, 4.162 suara diperoleh oleh Elly Thrisyanti Gerindra, suara kedua terbanyak Dewi Susanti dari Partai Gerindra dengan 3.602 suara. Dapil 4 71.215 suara sah diraih Amril Amin sebanyak 5.825 suara disusul Muhidi PKS dengan 4.589 suara. Di dapil 5 80.281 suara sah Faisal Nasir PAN memperoleh suara terbanyak 5.096 disusul Mastilzal Aye Gerindra dengan 4.964 suara.

Sementara untuk pemilu 2024 KPU Kota Padang menetapkan 18 partai politik peserta pemilu yakni Partai Kebangkitan Bangsa dengan 45 Caleg, Partai Gerakan Indonesia Raya 45 caleg, Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan dengan 45 caleg, Partai Golongan Karya dengan 45 caleg, Partai NasDem 45 caleg, Partai Buruh dengan 22 caleg, Partai Gelombang Rakyat Indonesia 34 caleg, Partai Keadilan Sejahtera dengan 45 caleg, Partai Kebangkitan Nusantara dengan 6 caleg, Partai Hati Nurani Rakyat dengan 45 caleg, Partai Garda Republik Indonesia dengan 11 caleg, Partai Amanat Nasional 45 Caleg, Partai Bulan Bintang dengan 45 caleg, Partai Demokrat 45 caleg, Partai Solidaritas Indonesia dengan 6 caleg, Partai Perindo dengan 29 caleg, Partai Persatuan Pembangunan dengan 45 caleg Partai Ummat dengan 45 caleg dengan total 648 caleg. Selanjutnya, berdasarkan Keputusan KPU Kota Padang nomor 215 tahun 2023, Daftar Pemilih Tetap (DPT) tercatat sebanyak 666.178 DPT yang terdiri dari 325.912 DPT laki-laki dan 340.266 DPT perempuan. Sementara itu untuk pemilihan calon anggota DPRD Kota Padang ada 45 kursi yang akan diperebutkan dengan 6 daerah pemilihan yang dibagi atas 11 kecamatan yang ada.

Tabel 1.2

Sebaran Dapil Kota Padang dan Jumlah Kursi di Pemilu 2024

No.	Nama Dapil	Jumlah Kursi
1.	Dapil I kecamatan Koto Tengah	10 Kursi
2.	Dapil II Kecamatan Kuranji	10 Kursi
3.	Dapil III Kecamatan Pauh dan Lubuk Kilangan	3 Kursi
4.	Dapil IV Kecamatan Bungus Teluk Kabung dan Lubuk Begalung	7 Kursi
5.	Dapil V Kecamatan Padang Selatan dan Padang Timur	7 Kursi
6.	Dapil VI Kecamatan Padang Barat, Padang Utara, dan Nanggalo	8 Kursi
		45 Kursi

Dapil di Padang pada Pemilu 2024 menjadi 6 dapil yang sebelumnya hanya 5 dapil. Dapil 1 masih tetap yakni Koto Tengah, Dapil 2 yang sebelumnya adalah Kuranji dan Pauh sekarang hanya Kuranji. Dapil 3 yang di 2019 adalah Lubuk Kilangan, Lubuk Begalung, dan Bungus Teluk Kabung sekarang hanya Pauh dan Lubuk Kilangan. Dapil 4 yang sebelumnya Padang Selatan, Padang Timur kini Kecamatan Bungus Teluk Kabung dan Lubuk Begalung dan Dapil 5 Padang Barat, Padang Utara dan Nanggalo di 2019 di 2024 menjadi Kecamatan Padang Selatan dan Padang Timur dan dapil 6 yang sebelumnya tidak ada kini Kecamatan Padang Barat, Padang Utara, dan Nanggalo (Harisa, 2023).

Selanjutnya, Anggota DPRD Kota Padang yang telah berhasil menduduki kursi di 2019-2024 kembali maju di pemilu 2024 sebanyak 32 orang atau lebih dari 50 persen. Setelah ditelusuri lagi ada 18 orang yang telah duduk dua periode, dan 13 orang yang telah tiga periode. Angka yang cukup besar untuk bisa bertahan bahkan 3 kali berturut-turut dan memutuskan untuk kembali maju di pemilu 2024. Sebagai petahana tentu untuk memenangkan pemilu lebih besar

daripada pendatang baru. Hal itu disebabkan karena petahana telah memperlihatkan sepak terjangnya selama menjadi anggota dewan misalnya melalui dana pokirnya untuk membantu pemilih yang berada di dapilnya.

Konsep tersebut didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yoseva Millenia Rahma Jone (2022) berjudul “Strategi Komunikasi Petahana dalam mempertahankan Elektabilitas Pada Pilkada Kabupaten Kutai Barat Tahun 2020 di Kecamatan Muara Lawa”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa tujuan komunikasi petahana dalam mempertahankan Elektabilitas Pada Pilkada Kabupaten Kutai Barat Tahun 2020 di Kecamatan Muara Lawa adalah menjadi pemenang dan memperoleh suara terbanyak yakni 49.141 suara di seluruh kecamatan di Kabupaten Kutai Barat. Kemudian petahana dapat mempertahankan citra politik yang baik di mata masyarakat dengan menyampaikan pesan sesuai visi misi dan program kerja yang dilakukan petahana di 5 tahun mendatang (Jone & On, 2022)

Meski demikian tidak sedikit juga petahana yang kalah dalam pemilu, namun di sini kita fokus kepada cara pendekatan caleg (Petahana) kepada konstituen di dapilnya untuk mendulang suara sehingga berhasil duduk di DPRD Kota Padang. Jika konstituen perdesaan dapat dibaca pola pendekatannya salah satunya dengan komunikasi yang baik dan pendekatan personal bagaimana cara meyakinkan konstituen atau pemilih perkotaan yang lebih komplek. Tantangan caleg meyakinkan konstituen tidak hanya itu, namun juga isu-isu kontemporer yang dialami konstituen, mulai dari permasalahan transportasi, lingkungan, perumahan, pekerjaan. Belum lagi terkait pertentangan kepentingan antara caleg dari beragam partai peserta kontestasi yang memiliki tujuan sama yakni meyakinkan konstituen untuk memilih dirinya.

Kemudian penelitian terdahulu yang dilakukan (Handika & Azmi, 2020) dengan judul penelitian Marketing Politik Calon Legislatif Generasi Millennial. Menunjukkan hasil penelitian berupa strategi politik Manufer Putra Firdaus dilakukan dengan tiga metode yaitu pemasaran politik secara langsung, pemasaran politik melalui media massa, serta pemasaran politik melalui pihak ketiga. Dari penelitian tersebut ada beragam faktor yang dilakukan agar caleg berhasil

meyakinkan pemilih, yang mana menggunakan marketing politik. Peneliti berpendapat penelitian ini penting dilakukan agar efektifitas kampanye lebih sukses dan mendapatkan dukungan yang besar dari konstituen. Penelitian ini akan memberikan kontribusi positif terhadap pemahaman terkait proses politik dan interaksi antara caleg dan konstituen.

Adapun kebaruan dari penelitian ini adalah penggunaan pendekatan grounded theory untuk mengetahui secara mendalam komunikasi caleg petahana dengan konstituennya sehingga berhasil mendapatkan kursi berkali-kali. Penelitian-penelitian terdahulu lebih berfokus pada pembahasan strategi kampanye, marketing politik, komunikasi caleg yang menggunakan metode pendekatan studi kasus, deskriptif, fenomenologi. Sementara untuk penggunaan metode Grounded Theory masih minim, lalu peneliti menggunakan Grounded theory karena teori yang diperlukan untuk menjelaskan sesuatu sudah ada tetapi tidak mengarah pada variabel yang menjadi perhatian peneliti.

Hal yang ingin peneliti temukan pada penelitian ini adalah menganalisis komunikasi caleg petahana kepada konstituennya sehingga dipercaya berkali-kali duduk di kursi DPRD Kota Padang. Padahal dengan segala dinamika politik di perkotaan yang sangat kompleks, hal tersebut kecil kemungkin untuk terjadi. Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, peneliti melakukan penelitian lebih dalam dengan menggunakan pendekatan grounded theory karena bertolak dari data menuju sebuah teori, bukan bertolak dari teori atau menguji teori seperti paradigma kualitatif lainnya.

Grounded Theory juga memiliki kelebihan seperti lebih terstruktur, baik dalam proses pengumpulan data maupun analisis data. Kemudian tidak sekadar menguraikan, menekankan pada proses, dan tidak terpengaruh oleh teori lain. Adapun judul yang diambil oleh peneliti adalah **Komunikasi Caleg Petahana dengan Konstituen untuk Memperoleh “Kursi” di DPRD Kota Padang.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan, maka peneliti memberi batasan pada penelitian ini dengan rumusan masalah. Maka pertanyaan dari tesis ini yakni “Bagaimana Komunikasi calon anggota legislatif petahana dengan konstituen sehingga berhasil memperoleh “Kursi” di DPRD Kota Padang?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang berfungsi untuk menjawab pertanyaan penelitian ini antaranya:

1. Untuk menganalisis komunikasi caleg petahana dengan konstituen sehingga berhasil memperoleh kursi di DPRD Kota Padang.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor unik yang menyebabkan caleg petahana kembali terpilih .
3. Untuk membangun teori yang berdasarkan data empiris tentang bagaimana caleg petahana berkomunikasi dengan konstituen sehingga berhasil menjadi anggota DPRD Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan nantinya bermanfaat secara teoritis dan praktis.

1.4.1 Manfaat teoritis

Secara akademis penelitian ini dapat berkontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi terutama pemahaman tentang Humas politik dan peran komunikasi dalam pemilihan legislasi. Bagaimana pesan politik dapat memengaruhi preferensi pemilih. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang tertarik untuk menggunakan pendekatan serupa. Juga menambah referensi terkait grounded theory yang merupakan salah satu pendekatan dalam metodologi penelitian kualitatif yang berbasis pada data-data yang kaya di lapangan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk para calon anggota legislatif petahana, partai politik, dan praktisi politik yang ingin memahami bagaimana berkomunikasi dengan konstituen sehingga terpilih kembali. Bagi peneliti lain semoga dapat memberikan pengayaan literatur dan berkontribusi khususnya pada bidang humas politik terkait meyakinkan pemilih saat kampanye, interaksi caleg dengan konstituen, serta menjadi inspirasi untuk dikembangkan lebih lanjut terkhusus untuk penggunaan pendekatan Grounded Theory.

