

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pentingnya komunikasi persuasif berasal dari kebutuhan manusia untuk meyakinkan orang lain, baik dalam meyakinkan dalam konteks individu, bisnis, sosial, maupun politik. Salah satu dalam aspek politik dalam pemilihan kepala daerah. Pemilihan kepala daerah (Pilkada) serentak juga akan diadakan di Indonesia, salah satunya di Provinsi Sumatera Barat tanggal 27 November 2024, dalam perebutan kekuasaan antar calon gubernur di Sumatera Barat sering kali mengakibatkan kesenjangan politik, sehingga memiliki beberapa dampak yang signifikan, baik secara sosial seperti polarisasi masyarakat dimana kompetisi ketat di antara calon gubernur dapat menyebabkan polarisasi di kalangan masyarakat, sehingga kelompok pendukung masing-masing calon menjadi semakin terpecah dan tegang dan polarisasi ini berpotensi memicu konflik sosial di tingkat lokal jika tidak dikelola dengan baik.

Komunikasi persuasif sudah dikenal pada zaman Yunani kuno, terutama melalui seni retorika yang dikembangkan oleh filsuf seperti Aristoteles, Plato, dan Socrates. Aristoteles memperkenalkan tiga elemen dasar persuasif, yaitu ethos (kredibilitas pembicara), pathos (emosi audiens), dan logos (logika atau argumen rasional). Retorika ini digunakan dalam politik dan pengadilan untuk mempengaruhi keputusan publik dan hukum. Komunikasi persuasif menjadi sangat penting dalam konteks politik dan pemerintahan. Pada masa kekaisaran Romawi, para pemimpin seperti Cicero juga menggunakan retorika untuk memenangkan dukungan dan mempengaruhi kebijakan publik. Keterampilan ini terus berkembang karena politisi menyadari pentingnya membangun hubungan dengan audiens mereka.

Perebutan kekuasaan yang sengit dapat mempengaruhi stabilitas pemerintahan lokal jika tidak ada pihak yang memperoleh mayoritas yang kuat. Ini bisa mengakibatkan pemerintahan yang lemah dan tidak efektif dalam

mengambil keputusan. Ketegangan politik juga bisa berlanjut pasca pemilihan jika ada ketidakpuasan dari pihak yang kalah, yang berpotensi menggugat hasil pemilihan atau mengorganisir aksi protes. Begitu juga terhadap kualitas kepemimpinannya, persaingan yang ketat dapat memunculkan pemimpin yang benar-benar berkompeten dan berdedikasi untuk membawa perubahan positif bagi Provinsi Sumatera Barat. Namun, ada juga risiko bahwa kampanye negatif dan politik uang bisa mendistorsi proses pemilihan, sehingga pemimpin terpilih mungkin tidak sepenuhnya mewakili kepentingan rakyat.

Untuk mencapai itu semua, tentunya proses Pilkada Sumatera Barat harus dijaga sehingga dilakukan dengan jujur dan adil (jurdil). Capaian-capaian itu dapat dilakukan dengan memberikan pendidikan politik kepada masyarakat Sumatera Barat agar mereka memahami pentingnya partisipasi dalam pemilu dan cara memilih yang benar. Penyuluhan ini bisa dilakukan melalui seminar, media sosial, dan kampanye langsung. Mengawasi dan memastikan bahwa semua calon dan partai politik menjalankan kampanye yang adil dan bersih, tanpa hoaks, black campaign, atau politik uang. Memperkuat peran lembaga pengawas pemilu itu harus dimaksimalkan seperti Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) untuk memastikan proses pemilu berjalan sesuai dengan aturan dan regulasi. Mendorong partisipasi aktif dari masyarakat dalam proses pemilu, baik sebagai pemilih maupun sebagai pengawas independen.

Salah satu calon pemilihan kepala daerah Provinsi Sumatera Barat yang banyak di bincangkan adalah Epyardi Asda, sekarang ini Epyardi Asda masih berkedudukan sebagai bupati Kabupaten Solok. Epyardi Asda adalah seorang politisi di Indonesia yang aktif dalam berbagai peran pemerintahan dan politik. Epyardi Asda dikenal memiliki gaya kepemimpinan yang tegas, sering kali mengambil keputusan yang berani untuk mengatasi berbagai masalah. Epyardi Asda juga dikenal sebagai seorang yang memiliki prinsip dan integritas tinggi dalam menjalankan tugasnya, memiliki fokus yang kuat pada hasil dan pencapaian. Epyardi Asda memiliki kemampuan komunikasi yang baik, sering

berinteraksi dengan masyarakat dan mendengarkan keluhan serta aspirasinya, sehingga membuatnya dekat dengan masyarakat yang dipimpinnya.

Meskipun Epyardi Asda memiliki banyak karakteristik positif, ia juga memiliki beberapa aspek yang mungkin dianggap kurang baik atau kontroversial oleh sebagian masyarakat. Walaupun Epyardi Asda dikenal komunikatif, ada juga kritik bahwa cara berkomunikasi terkadang kurang efektif atau tidak sensitif terhadap kebutuhan dan perasaan masyarakat atau bisa dikatakan tidak beretika. Ada pandangan bahwa Epyardi Asda mungkin kurang terbuka terhadap kritik atau masukan dari masyarakat. Pemimpin yang tidak menerima kritik dengan baik dapat dianggap arogan dan kurang responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

Beberapa masyarakat mungkin menganggap gaya kepemimpinannya terlalu otoriter atau keras, yang dapat menimbulkan rasa tidak nyaman atau ketakutan di kalangan bawahannya atau masyarakat umum. Begitu juga dengan keputusan yang diambil oleh Epyardi Asda, ada yang kontroversial dan tidak selalu diterima dengan baik oleh semua pihak termasuk melakukan non-aktifkan wakilnya sendiri. Keputusan yang dianggap tidak berpihak pada kepentingan masyarakat luas sehingga bisa menimbulkan ketidakpuasan. Hal dibuktikan sejak Epyardi Asda mengeluarkan 1.700 tenaga harian lepas (THL) yang dianggap membebani Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) (Ilham Safultra, 2021). Begitu juga tentang pandangan kebijakan dan program yang dijalankan kurang transparan, yang dapat menyebabkan ketidakpercayaan di kalangan masyarakat. Transparansi dalam pemerintahan adalah kunci untuk mendapatkan dukungan masyarakat.

Ada juga masyarakat menganggap bahwa kebijakan yang diimplementasikan tidak konsisten atau tidak merata, yang dapat menyebabkan ketidakpuasan di kalangan kelompok tertentu dalam masyarakat. Pandangan ini bervariasi di antara individu dan kelompok masyarakat yang berbeda. Untuk mengatasi itu semua, agar bisa melakukan *personal branding*, salah satu strategi dalam membentuk komunikasi persuasif dalam membangun identitas

dan citra diri kepada masyarakat terutama masyarakat Kabupaten Solok sebagai daerah yang dipimpinnya, Epyardi Asda juga memanfaatkan media sosial TikTok dalam membangun dan mempengaruhi pendapat, keyakinan, dan sikap masyarakat agar menggunakan hak pilihnya agar memilihnya di pemilihan kepala daerah (Pilkada) bulan November mendatang. Pemanfaatan media TikTok sudah lama dimainkan Epyardi Asda, dari pengamatan peneliti, Epyardi Asda memiliki tiga akun official TikTok sebagai wadah dalam menjalin interaksi dan membangun identitas dan citra diri, diantaranya: @epyardiasda, @nahkodabmc_official, @otewesumbar, sesuai dengan yang peneliti amati dalam akun TikTok-nya dan akun masyarakat lain, dalam akun Epyardi Asda tersebut, peneliti melihat sudah banyak menerapkan berbagai teknik komunikasi persuasif untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat dan didukung informasi dari media lokal.

Menyoroti pengalaman dan keberhasilannya yang juga di publish di akunnya, Epyardi Asda juga menekankan pengalamannya baik di pusat maupun daerah, serta keberhasilannya dalam memimpin Kabupaten Solok. dalam akun tersebut, Epyardi Asda juga memaparkan bagaimana kemampuan dalam mengambil keputusan yang tepat dan memaksimalkan anggaran untuk kesejahteraan masyarakat (Mario Sofia Nasution, 2024). Begitu juga dengan cara mendekatkan diri dengan komunitas lokal, Epyardi Asda aktif menjalin komunikasi dengan berbagai kelompok masyarakat, termasuk masyarakat Jawa di Pasaman Barat, dengan menghadiri acara-acara budaya dan mendengarkan aspirasi mereka. Hal tersebut membantunya membangun hubungan yang lebih dekat dan mendapatkan dukungan dari berbagai komunitas.

Hal lain juga dilakukan oleh Epyardi Asda, berusaha menarik investor dengan menyederhanakan birokrasi dan memberikan karpet merah untuk investasi di Solok. Langkah ini bertujuan untuk menunjukkan komitmennya dalam meningkatkan perekonomian daerah, yang diharapkan dapat menarik lebih banyak dukungan (Hendry, 2024)

Di sisi lain, Partai Amanat Nasional (PAN) Sumatera Barat secara resmi mendukung pencalonan Epyardi Asda, yang memberikan platform yang lebih luas untuk kampanye dan komunikasi politiknya. Dukungan dari partai ini menambah kredibilitas dan pengaruh Epyardi Asda di mata masyarakat. Epyardi Asda berjanji untuk memperbaiki infrastruktur seperti drainase di daerah-daerah yang sering banjir. Ini menunjukkan perhatian terhadap masalah nyata yang dihadapi masyarakat dan memberikan solusi konkret yang dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kepemimpinannya. Dengan strategi-strategi ini, Epyardi Asda berusaha untuk mendapatkan kepercayaan dan dukungan dari masyarakat Sumatera Barat menjelang Pemilihan Gubernur 2024.

Pemanfaatan media sosial TikTok adalah media yang efektif dalam melakukan teknik komunikasi persuasif, dimana sebelumnya media sosial TikTok sudah banyak memberikan sisi positif dalam komunikasi persuasi bersama masyarakat diantaranya: Pemanfaatan media sosial TikTok berpeluang memberikan konten-konten edukatif dan informasi dalam berkampanye. Penggunaan TikTok untuk menyampaikan program kerja, visi, dan misinya melalui video pendek yang mudah dipahami. Konten tersebut mencakup penjelasan singkat mengenai rencana pembangunan, kebijakan ekonomi, dan inisiatif sosial yang akan diambil jika terpilih. Membagikan cerita inspiratif atau pengalaman pribadi yang relevan dengan perjuangannya di bidang politik dan pemerintahan dapat membantu menciptakan kedekatan emosional dengan audiens.

Begitu juga dalam berinteraksi langsung dengan masyarakat melalui fitur live streaming, Epyardi Asda juga bisa berinteraksi langsung dengan menjawab pertanyaan mereka dan mendengarkan aspirasi serta keluhan mereka di akun tersebut. Ini memberikan kesan bahwa dia adalah pemimpin yang terbuka dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Begitu juga dalam menggandeng influencer lokal yang memiliki banyak pengikut, sehingga dapat memperluas jangkauan kampanye Epyardi Asda. Kolaborasi dengan mereka

dalam bentuk tantangan (challenges) atau video bersama dapat menarik perhatian audiens yang lebih muda dan meningkatkan popularitas kampanye.

TikTok dikenal dengan format video yang kreatif dan menghibur. Epyardi juga memanfaatkan fitur-fitur seperti efek visual, musik latar, dan teks untuk membuat konten kampanye yang menarik dan mudah diingat. Video yang menggambarkan hasil kerja nyata, seperti pembangunan infrastruktur atau program sosial yang berhasil, dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat.

Sekarang ini, salah satu hal yang paling menonjol dalam komunikasi persuasif yang dilakukan Epyardi Asda adalah dengan menebarkan baliho-baliho serta slogan yang bertuliskan “OTEWE SUMBAR Menuju Perubahan & Kebangkitan” yang berfoto dengan Motor Gede (Moge) dengan Plat Nomor BA 1 dengan background biru seperti simbol Partai Amanat Nasional (PAN). Di sisi lain, dalam pemanfaatan media sosial TikTok Epyardi Asda juga menggunakan hashtag khusus, yang berkaitan dengan kampanye Epyardi Asda, seperti #EpyardiForSumbar, hashtag ini berguna mengumpulkan konten-konten terkait tentang Epyardi Asda dan memberikan kemudahan menemukan informasi tentang calon gubernur atau informasi yang dicari, dan juga hashtag ini juga dapat menjadi tren dan meningkatkan visibilitas di platform akun Epyardi Asda sendiri. Contoh yang sering ditayangkan adalah video edukasi tentang video singkat yang menjelaskan program pembangunan desa atau infrastruktur, testimoni warga yang menampilkan warga yang memberikan testimoni positif tentang kepemimpinan Epyardi di Kabupaten Solok, virtual atau video tur ke daerah-daerah yang telah berkembang berkat kebijakan Epyardi Asda, serta dapat membuat video yang menunjukkan kunjungan-nya ke berbagai daerah di Sumatera Barat, berbicara dengan masyarakat, mendengarkan keluhan mereka, dan menjelaskan bagaimana dia berencana untuk mengatasi masalah tersebut. Penggunaan bahasa lokal dan budaya setempat dalam video juga bisa meningkatkan kedekatan dengan audiens.

Dengan strategi-strategi ini, TikTok dapat menjadi alat yang sangat efektif bagi Epyardi Asda untuk menjalin komunikasi persuasif bersama

masyarakat Sumatera Barat dalam membangun kepercayaan, meningkatkan dukungan, dan membantu memperkuat posisinya sebagai calon gubernur yang kompeten dan responsif. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Teknik Komunikasi Persuasif Calon Pemilihan Gubernur Sumatera Barat (Analisis Isi pada Akun TikTok Epyardi Asda @otewesumbar)”

1.2 Rumusan Masalah

Teknik komunikasi persuasif merupakan strategi penting bagi calon kepala daerah, termasuk calon gubernur Sumatera Barat, untuk menarik perhatian dan mendapatkan dukungan pemilih. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana Analisis Teknik Komunikasi Persuasif Calon Gubernur Sumatera Barat Melalui Media Sosial TikTok di Akun @otewesumbar

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah

- a. Mengidentifikasi tema dan pesan utama Epyardi Asda yang disampaikan dalam konten @otewesumbar
- b. Menganalisis teknik komunikasi persuasif Epyardi Asda dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat maju calon Pilgub Sumatera Barat.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang baik tidak hanya memberikan wawasan baru, tetapi juga memberikan dampak yang signifikan bagi berbagai aspek kehidupan, diantaranya:

1.4.1 Manfaat Akademis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan dan menjadi referensi, terutama yang berkaitan dengan komunikasi persuasif pada media sosial

1.4.2 Manfaat Praktis

Sebagai bahan masukan bagi calon kepala daerah dan tim sukses untuk memenangkan calon kepala daerah yang diusungnya

