

Analisis Strategi Kampanye Dan Opini Masyarakat Mengenai Pasangan Calon Bupati Dan Wakil Bupati Kabupaten Banjar h. Rusli – kh. Fadhlhan asy'ari pada pilkada tahun 2020

Muhammad Muthahari Ramadhani(1*)

(1) Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin

(*) Corresponding Author

ABSTRAK

Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) merupakan suatu hal yang penting dilakukan sebagai bentuk nyata dari menjalankan Demokrasi dan juga sebagai bentuk aktif masyarakat untuk membangun bangsa sesuai dengan harapan semua warga negara Indonesia. Dalam pelaksanaan Pilkada di tahun 2020 ini terdapat perbedaan yang terjadi dengan pelaksanaan Pilkada sebelumnya, yaitu kendala situasi pandemi Covid 19 yang terjadi. Hal ini membuat banyak sekali penyesuaian dan juga bahkan pertentangan yang dihadapi. Karena tantangan yang akan dihadapi untuk penyelenggaraan pilkada dengan langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil juga tidaklah mudah. Begitu pula dengan Pilkada yang akan dilaksanakan di Martapura, Kabupaten Banjar. Dimana pemilih tentunya diberikan kebebasan untuk menentukan pilihan untuk memimpin daerahnya meskipun sistem pilkada di masa pandemi ini dilakukan.

Seperti yang sudah diketahui bersama bahwa pasukan pasangan calon bupati dan wakil bupati Kabupaten Banjar nomor urut 3, H. Rusli dan K.H.M. Fadhlhan Asy'ari bisa dibilang cukup masif dalam kampanyenya, tetapi kurang menjangkau sampai benar-benar ke pelosok di mana masyarakat daerah pinggiran pun banyak yang tidak mengetahui mengenai siapa saja pasangan calon bupati dan wakil bupati Kabupaten Banjar. Jadi bisa dibilang kampanye mereka walau masif tapi belum benar-benar efektif.

Pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati nomor urut 3 Kabupaten Banjar yaitu H. Rusli dan KH. Fadhlhan Asy'ari untuk strategi kampanye yang mereka lakukan bisa dibilang kurang maksimal. Hal ini terbukti dari hasil wawancara ke masyarakat dan wawancara ke pasangan calon memiliki perbedaan. Bisa dilihat salah satu strategi mereka yang mengkampanyekan 50 orang setiap pertemuan tatap muka dan menurut penjelasan mereka masyarakat terlihat antusias walaupun keadaan tidak mendukung protokol Covid-19. Pasangan ini mempunyai strategi tersembunyi dimana strategi tersebut tidak dipublikasikan. Jika dilihat keterkaitan dengan teori, maka Teori Empati dan Teori Homofili adalah teori yang pas apabila ditinjau dari kecenderungan pasangan calon H. Rusli dan KH. M. Fadhlhan Asy'ari ini karena mereka memanfaatkan kesamaan masalah dengan masyarakat dan mereka mampu menyesuaikan diri dengan situasi dan kondisi yang ada di Kabupaten Banjar dan ini tercermin dalam visi dan misi pasangan calon ini serta ada di slogannya, yakni "BANJAR MANUNTUNG".

Kata Kunci: Pilkada Kabupaten Banjar, Komunikasi Politik, Covid-19, Strategi.

Abstract

Election of Regional Heads (Pilkada) is an important thing to do as a real form of running democracy and also as an active form of society to build the nation in accordance with the expectations of all Indonesian citizens. In the implementation of the Pilkada in 2020, there are differences that occur with the implementation of the previous Pilkada, namely the constraints of the Covid-19 pandemic situation that occurred. This makes a lot of adjustments as well as even contradictions. Because the challenges that will be faced in holding direct, general, free, secret, honest and fair elections are also not easy. Likewise with the Pilkada which will be held in Martapura, Banjar Regency. Where voters are certainly given the freedom to make choices to lead their regions even though the election system during this pandemic is carried out.

As is well known, the pair of candidates for regent and deputy regent of Banjar Regency number 3, H. Rusli and K.H.M. Fadhlán Asy'ari can be said to be quite massive in his campaign, but does not reach really remote areas where many people in the suburbs do not know who the candidates for regent and deputy regent of Banjar Regency are. So you could say that their campaign, although massive, has not really been effective.

The pair of candidates for Regent and Deputy Regent number 3 in Banjar Regency, namely H. Rusli and KH. Fadhlán Asy'ari for their campaign strategy is arguably less than optimal. This is evident from the results of interviews with the community and interviews with prospective pairs. It can be seen that one of their strategies is to campaign for 50 people in every face-to-face meeting and according to their explanation, the community looks enthusiastic even though the situation does not support the Covid-19 protocol. This pair has a hidden strategy where the strategy is not published. If it is related to the theory, then the Empathy Theory and the Homophile Theory are the right theories when viewed from the tendency of the candidate pair H. Rusli and KH. M. Fadhlán Asy'ari is because they take advantage of common problems with the community and they are able to adapt to the situation and conditions that exist in Banjar Regency and this is reflected in the vision and mission of this candidate pair as well as in its slogan, namely "BANJAR MANUNTUNG".

Keywords: Election of Regional Heads, Banjar Regency, Political Communication, Covid-19, Strategy.