



Komunikasi Politik Pasangan Alfredri-Husni (SAH) Dalam Memenangkan Pemilihan Bupati Dan Wakil Bupati Kabupaten Siak Periode 2021-2024

Diana Sari¹, Belli Nasution², Muchid³

¹²³ Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Riau

Received: 02 Agustus 2024
Revised: 09 Agustus 2024
Accepted: 15 Agustus 2024

Abstract

The political communication carried out by the Alfredri-Husni (SAH) pair in winning the election for Regent and Deputy Regent of Siak Regency can be interpreted as successful. Because this pair was able to defeat their political opponents in the 2020 Siak Regency Regional Head Election (Pilkada), by gaining more than 60 percent of the votes outside the target. In the 2020 regional head elections, there were restrictions on campaign activities due to the Covid-19 outbreak which hit the entire country, thus hampering the political campaign activities of each pair of regional head candidates. A grand campaign is one of the events that cannot be carried out during regional head elections, but this does not make the Alfredri-Husni pair and their team silent, this pair carries out structured political communication. The purpose of this research is to determine the Political Marketing and Political Communication Model used by the Alfredri-Husni (SAH) couple in winning the election for Regent and Deputy Regent of Siak Regency. The research is descriptive qualitative research, and these findings are based on the concept of political marketing with the application of 4 (four) marketing mixes, namely product, promotion, price, placement. With direct interview sources, informants, namely the elected Regent Alfredri and Siak Regency Political Figures. The results of this research show that the political communication model of the Alfredri-Husni (SAH) pair includes Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With what effect, 1. using Siak district political figures as communicators 2. political messages conveyed by "SAH" and "For a More Advanced Siak". Then 3. using limited face-to-face media, using social media, online media to convey political messages 4. political targets at all levels of Siak district society who have voting rights and young generation of first-time voters 5. The political communication effect of the Alfredri-Husni (SAH) pair is won the regional head election of Siak district

Keywords: Political Marketing, Political Communication Model, Regional Head Elect

(*) Corresponding dianasari@gmail.com

Author:

How to Cite: Sari, D., Nasution, B., & Muchid. (2024). Komunikasi Politik Pasangan Alfredri-Husni (SAH) Dalam Memenangkan Pemilihan Bupati Dan Wakil Bupati Kabupaten Siak Periode 2021-2024. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13761804>.

PENDAHULUAN

Pemilihan kepala daerah (pilkada) diputuskan langsung oleh masyarakat, sehingga calon kepala daerah harus mampu memadukan seluruh ketrampilan yang ada untuk memenangkan pemilu. Keterampilan komunikasi sangat penting bagi pemimpin masyarakat untuk memberikan informasi tentang diri mereka dan membujuk pemilih untuk memilih mereka sebagai pemimpin. Komunikasi politik bisa bersifat eksplisit atau implisit dan ada di mana-mana, kapan saja dan di mana saja. Komunikasi politik juga dapat digambarkan sebagai pesan-pesan yang mempunyai sifat politik, yaitu hubungan dengan negara, pemerintah, dan masyarakat (Harun dan Sumarno, 2006:3).

Politik merupakan salah satu tugas partai politik, yaitu menyampaikan berbagai pendapat dan aspirasi masyarakat, mempertemukan kepentingan (konsolidasi kepentingan), membentuk kepentingan (klarifikasi kepentingan), dan

menjadikannya dapat diperebutkan di muka umum dengan cara tertentu. (Budiardjo, 2008: 406)

Wursanto (2001 dalam Oktavia 2016: 241) menyatakan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian informasi yang bermakna dari satu pihak ke pihak lain guna mencapai saling pengertian. Panuju (2018: 39) menjelaskan bahwa proses komunikasi dapat dijelaskan dengan berbagai cara: komunikator, pesan, saluran, komunikan, hambatan, umpan balik, efek, situasi, selektivitas, dan lingkungan.

Plano (dalam Mulyana, 2007 : 29) percaya bahwa “komunikasi politik adalah proses penyebaran makna dan pesan terkait dengan berfungsinya sistem politik.” Keberhasilan gabungan partai dan tim dalam mengusung calon sangat ditentukan oleh kemampuan mereka dalam melihat tingkat daya tarik dan akseptabilitas calon di mata masyarakat. Mengidentifikasi dampak dan hasil politik memerlukan peran komunikasi politik.

Melvin L DeFleur (dalam Muhtadi, 2008:7) Menetapkan model transaksi simultan pada dinamika komunikasi politik. Karena sifatnya yang nonlinier, model ini memperhitungkan setidaknya tiga faktor yang mempengaruhi komunikasi. Pertama, menekankan pada faktor lingkungan fisik, lingkungan dimana komunikasi berlangsung, dan aspek apa dan bagaimana pesan komunikasi dipertukarkan. Menurut Lasswell, model komunikasi didasarkan pada ekspresi linguistik: siapa (who), apa yang dikatakan (apa yang dilakukan), melalui saluran apa (communication channel), kepada siapa (to who), bagaimana pengaruhnya (effect). Model ini yang dikemukakan oleh Harold Laswell pada tahun 1948, menjelaskan sifat komunikasi dan fungsinya dalam masyarakat. Meskipun ini adalah model komunikasi tertua, namun masih digunakan untuk tujuan tertentu.

Komunikasi politik seringkali diartikan sebagai suatu proses atau sistem yang linier. Pendekatan linier menekankan pada pengaruh dan pengaruh pesan-pesan politik, sedangkan pendekatan sistem menekankan pada stabilitas dan kesinambungan sistem politik. Kedua pendekatan tersebut menganggap realitas bersifat teratur sehingga mudah diprediksi (Cangra, 2014: 8). Menurut Laswell (Suwardi. 1995: 16), komunikator politik secara umum diklasifikasikan menjadi: (1) Politisi (Polandia). (2) Komunikator profesional (ahli). (3) Aktivis (volume).

Komunikasi politik adalah penyampaian pesan politik secara sadar oleh komunikator kepada komunikan dengan tujuan untuk mempengaruhi komunikasi tersebut dengan cara tertentu (Effendy, 2007: 158). Menurut Dan Nimmo (2006: 8), komunikasi politik adalah komunikasi (aktivitas) yang dianggap sebagai komunikasi politik karena konsekuensinya (aktual dan potensial) yang mengatur perilaku manusia dalam situasi konflik. Arifin (2011) menyebutkan tujuan komunikasi politik adalah membangun citra politik, membentuk dan memajukan opini publik, serta mendorong partisipasi politik.

Salah satu tujuan komunikasi politik adalah menyampaikan gambaran politik kepada masyarakat. Sebab, masyarakat mudah dipengaruhi oleh segala pendapat, gagasan, dan pemikiran berdasarkan berbagai bentuk komunikasi politik yang digunakan oleh para aktor politik. Salah satu aktor politik adalah pengurus daerah. Apalagi model komunikasi politik dan sistem politik ada di setiap bagian sistem politik. Komunikasi politik diawali dengan proses transmisi nilai-nilai (sosialisasi politik atau pendidikan politik) melalui proses pengambilan kebijakan, artikulasi dan pengumpulan aspirasi dan kepentingan dalam pelaksanaannya serta

evaluasi kebijakan tersebut. Masing-masing bagian atau tahapan tersebut juga dihubungkan dengan komunikasi politik.

Dalam masa kampanye yang singkat dan terbatas, Alfredri Husni dan tim kampanyenya tentu saja memperkenalkan diri, memperkenalkan kembali mitra barunya, dan menguraikan kebijakan pembangunan daerah lima tahun ke depan sebagai persiapan mundurnya Alfredri Husni. Masa jabatan kepemimpinannya siap untuk dipilih kembali. Namun kehadiran fisik pasangan calon yang mencari dukungan pendukung di era pandemi tentu berbeda dibandingkan sebelumnya. Oleh karena itu, tim Anda harus merencanakan strategi kampanye politik yang efektif untuk mempengaruhi semua orang di daerah pemilihan Anda..

Besarnya peluang seorang manajer regional untuk terpilih kembali tidak terlepas dari manfaat langsung dan tidak langsung yang diterima oleh manajer regional tersebut. Keuntungan langsung bagi manajer regional saat ini adalah popularitas. Sebaliknya, para pengelola daerah yang petahana mendapat manfaat tidak langsung dari menjadi pengelola daerah. Jumlah kepala daerah petahana yang kembali mencalonkan diri sebagai calon kepala daerah pada pemilu pada sebanyak 230 orang. Tahun lalu, ada tiga pasangan calon yang mengikuti Pilkada Pemerintahan Siak 2020, masing-masing menggunakan singkatan atau istilah teknis. Al-Fedri Husni (SAH) merupakan petahana (tetap), sedangkan Arif Fadila-Sujarwo (PAS) dan Saeed Abubakar Asegaf-Reni Nurita (SADAR) banyak dikenal masyarakat pada masa pemilu. Berdasarkan perolehan suara tersebut, Alfredri Husni (SAH) akan menjadi Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Siak pada tahun 2021 hingga 2024. Rangkuman penghitungan perolehan suara Bupati dan Wakil Bupati Siak pada Pemilu 2020 disajikan pada tabel berikut:

TABEL 1.1

No	Kecamatan	PEROLEHAN SUARA					
		Sayyed Asegaf – Reni		Alfedri-Husni		Said Arif –Sujarwo	
1	Siak	2.328	19%	7.053	57%	2897	24%
2	Sungai Apit	2.822	19%	8.870	61%	2.897	20%
3	Minas	1.591	16%	6.327	63%	2160	21%
4	Tualang	11.604	29%	20.699	51%	8.307	20%
5	Sungai Mandau	624	15%	2.767	65%	857	20%
6	Dayun	1.242	9%	9.137	67%	3.253	24%
7	Kerinci Kanan	1.731	17%	6.309	61%	2.278	22%
8	Bunga Raya	1.981	16%	6.634	53%	3.992	32%
9	Koto Gasib	1.990	20%	5.408	55%	2.523	25%
10	Kandis	3.186	13%	13.995	54%	7.942	33%
11	Lubuk Dalam	1.022	12%	4.877	55%	2.950	33%
12	Sabak Auh	772	12%	4.246	68%	1.181	19%
13	Mempura	1.676	20%	3.836	46%	2.796	34%
14	Pusako	1.117	31%	1.751	48%	771	21%
JUMLAH		34.286		101.109		44.748	
PRESENTASI		19,03%		56,13%		24,85%	

Sumber: Data KPU Kabupaten Siak

Sebagai calon bela negara, Alfredri jelas punya kans lebih baik dibandingkan calon lainnya. Sebab, dirinya lebih mudah mendekati birokrat dan membangun citra positif di masyarakat. Namun, tidak dapat disangkal bahwa ia adalah calon bela negara. Pemerintahannya dipengaruhi oleh isu-isu negatif terkait kepemimpinannya, termasuk tingginya angka kemiskinan dan rendahnya tingkat

pendidikan. Apalagi isu dan propaganda disebarkan oleh lawan politik dan disebarkan melalui media sosial dan media massa. Mengingat masa kampanye yang singkat dan terbatas, Alfredri Husni dan tim kampanyenya tentu saja memperkenalkan diri, memperkenalkan kembali mitra-mitra barunya, serta menyampaikan visi dan misi untuk perencanaan kebijakan pembangunan daerah pada lima tahun kepemimpinan ke depan. Jenis komunikasi yang dianggap cocok untuk memenuhi kebutuhan tersebut adalah komunikasi massa. Oleh karena itu, saluran komunikasi yang paling sering digunakan dalam kampanye politik adalah media massa dan media sosial. Peluang calon kuat daerah untuk memenangkan pemilu juga secara langsung bergantung pada penggunaan berbagai media massa dalam kampanye politik pemilu yang dilakukan.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Untuk menarik kesimpulan yang obyektif, penelitian kualitatif berupaya mengeksplorasi dan mendalami gejala dan permasalahan yang ada, atau mengumpulkan berbagai kombinasi permasalahan yang timbul dari situasi tersebut (Moleong, 2005). Lokasi penelitian dilakukan di Dinas Siak Provinsi Riau. Penelitian ini akan berlangsung hingga lima bulan mulai November 2022. Metode pengumpulan data pada penelitian ini terdiri dari observasi, dokumentasi, dan wawancara terhadap informan. Dalam menentukan topik penelitian, peneliti berpedoman pada kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti, yakni 10 orang informan yang terdiri dari Bupati terpilih Al-Fedri, Wakil Bupati terpilih Husni Merza, dan lima informan sukses berikut ini: Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan sasaran. yang mana tema ditentukan berdasarkan musyawarah anggota tim. Pak Suharto sebagai ketua tim Pak Kemengan, Pak Ibrahim Morales sebagai ketua tim kampanye, Pak Kastubi sebagai tim sukses Wakil Bupati Sabak Au, Pak N. Nainggolan sebagai tim sukses sub-kelurahan Dayun, dan Pak Agus sebagai tim kampanye, masing-masing berperan sebagai tim atletik dan tiga pemilih Pemda. Analisis data meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dengan membandingkan informasi dari satu sumber dengan sumber lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Pemasaran Politik Pasangan Alfredri-Husni (SAH) dalam Memenangkan Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Siak Periode 2021-2024

Dalam konteks pilkada pada hakikatnya komunikasi pemasaran politik merupakan cara untuk membantu aktor politik (kandidat calon dan wakil calon kepala daerah) agar lebih efisien dan selektif dalam mengkonstruksi dukungan terhadap konstituenya, dimulai dari menyusun hingga mengaplikasikan strategi yang mereka punyai di dalam lingkup pemengan kandidat. Dalam proses pemasaran politik pasangan Alfredri-Husni (SAH) dalam memenangkan pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Siak, digunakan penerapan 4 (empat) *Bauran Marketing* yaitu:

a. Produk (*Product*)

Produk (*product*) politik yang disampaikan oleh tim dan kandidat pasangan

Alfedri-Husni (SAH) dalam memenangkan pemilihan Bupati dan Wakil Siak pada periode 2021-2024. disampaikan oleh Ketua Tim Kampanye Alfredri-Husni, 2021-2024, Suhartono yaitu:

“Al-Fedri Husni (SAH) didukung oleh lima partai nasionalis Islam: PAN, PKB, Nasdem, Hanura, dan PPP. Pasangan ini juga dikenal sebagai pemimpin yang pendiam dan tidak menimbulkan rasa takut di masyarakat. Daerah Siak terdiri dari berbagai suku, ras, dan agama. Berkat pemikiran dan sumbangsih berbagai gagasan yang diungkapkan Bapak Alfredri selama menjabat, Kabupaten Siak telah menjadi daerah dengan capaian pembangunan yang gemilang mulai dari peningkatan spiritualitas dan pola pikir masyarakat hingga pembangunan fisik. Bersama Wakil Presiden Husni Merza, Bapak Alfredri berkomitmen membangun wilayah Siak yang lebih progresif dengan fokus membangun infrastruktur jalan sepanjang poros desa ke desa, sesuai dengan visi dan misinya. 1.000 kota mikro, menengah dan kecil adalah dibangun setiap tahunnya. Fokus pada usaha kecil dan menengah (UMKM) membangun Kabupaten Siak lebih maju, terbilang, gemilang dan cemerlang” (Wawancara Suhartono selaku Ketua Tim kemenangan Alfredri- Husni (SAH), 2 Februari 2023)

Ada tiga kategori pemenang pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Siak: (1) Platform partai. Ini adalah produk utama partai politik dan kandidat dengan konsep, identitas, ideologi dan program aksinya. (2) Yang dimaksud dengan “kinerja masa lalu” adalah apa yang telah dilakukan suatu partai politik atau kandidat pada masa lalu dan prestasi apa yang telah mereka capai pada masa lalu, yang menentukan keberhasilan mereka dalam menjual produknya kepada masyarakat. (3) karakteristik pribadi dikaitkan dengan karakteristik pimpinan partai dalam mengkonstruksi citra, simbolisme, dan kredibilitas kinerja politik suatu partai.



Gambar 1 Party Platform

Semakin dekat senjang antara pemahaman khalayak calon pemilih dengan pemahaman yang sebenarnya ada dalam internal tim sukses dan kandidat, karena semakin tinggi peluang mereka untuk meraih dan memenangkan hati pemilih dan kemudian menyakinkan mereka untuk (vote) dan sebaliknya.

Seperti wawancara dengan Ketua Tim Kampanye Ibrahim Morles yaitu :

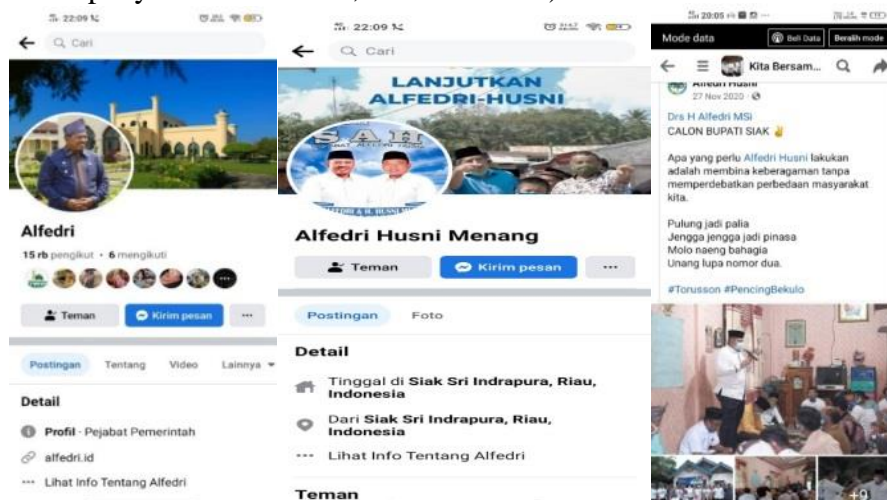
“Pada pemilihan Bupati dan Wakil Bupati kabupaaten Siak, tindakan yang kita lakukan dalam memenangkan Alfredri dan Husni Merza yaitu isu pemimpin yang jujur, bersih dan islamis yang menjadi isu khas dalam pemilihan pemimpin kabupaten Siak menjadi pemimpin harapan masyarakat, yang memiliki sifat

pemimpin yang jujur, bersih, ramah dan islami tak pelak merupakan isu khas dalam pemilihan pemimpin Kabupaten Siak. Kebutuhan, kepentingan dan harapan pemilih di sekitar Kabupaten Siak. Dimana Alfedri dirumuskan sebagai pemimpin masyarakat Kabupaten Siak yang bertangan dingin, yang tidak ditemukan adanya gejala ditengah masyarakat yang kabupaten Siak dimana, terdiri dari berbagai suku, ras dan agama. (wawancara dengan Ibrahim Morels selaku Ketua Tim kampanye Alfedri-Husni, 5 Maret 2023).

b. Promosi (promotion)

Promosi mengacu pada kegiatan periklanan, hubungan masyarakat, dan propaganda partai politik dan kandidat yang dipadupadankan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Partai politik dan kandidat biasanya menggunakan media massa untuk mempromosikan produknya. Ibrahim Morels, Ketua Tim Kampanye Kemenangan (SAH) Al-Fedri Husni mengatakan, promosi yang dilakukan pasangan ini untuk memenangkan pemilihan bupati dan wakil bupati Kabupaten Siak pada tahun 2021 hingga 2024 adalah sebagai berikut: Dinyatakan.:

“Dalam memenangkan pemilihan beberapa waktu lalu media sosial seperti Facebook, dan Instagram paling banyak kita gunakan dalam membuat konten saat kampanye, informasi kampanye dan jadwal kampanye, dibandingkan kita menggunakan media cetak, media online dan televisi, karena hal ini juga dapat menghemat anggaran dan juga efektifitas tinggi, karena saat ini banyak pemilih milenial yang menggunakan medsos” (wawancara dengan Ibrahim Morels selaku Ketua Tim kampanye Alfedri-Husni, 5 Maret 2023).



Gambar 2 Media sosial Facebook milik tim dan Alfedri –Husni (SAH) yang berisi kegiatan pasangan SAH selama kampanye dan jadwal kampanye

Lebih lanjut Ibrahim moroles menjelaskan bahwa:

“ Selain itu kita juga menggunakan Alat Peraga Kampanye (APK) seperti brosur, stiker, kelender, kaos, baliho dan selama masa pandemik kita juga memanfaatkan masker kain yang bergambar dan berlogo wajah Alfedri- Husni (SAH) dengan tulisan Lanjutkan dan nomor urut 2. Masker ini dibagikan saat kampanye bertemu langsung dengan masyarakat dan kegiatan sosial. Pembagian masker ini juga mendapat respon yang positif dari masyarakat karena masker ini banyak manfaatnya bagi masyarakat karena pada saat ini semakin meningkatnya kasus Covid 19 di kabupaten Siak. Selain itu bertemu dengan masyarakat secara

langsung juga dilakukan, dimana pada masa kampanye Alfedri-Husni merupakan pasangan yang terbanyak jumlah tite kampanye yaitu 620 titik selama 70 hari,” (wawancara dengan Ibrahim Morels selaku Ketua Tim kampanye Alfedri-Husni, 5 Maret 2023).



Gambar 5.3 Pembagian masker dan kaos, berwarna biru, bergambar wajah Alfedri-Husni (SAH) dan bertuliskan coblos nomor 2.

Berdasarkan hasil wawancara, kami menyimpulkan bahwa salah satu strategi pengemasan iklan yang diterapkan oleh Bapak dan Ibu Alfedri Husni (SAH) beserta tim suksesnya di masa pandemi adalah pemanfaatan media sosial sebagai media periklanan dibandingkan dengan media cetak, media online dan elektronik. Media sosial sangat efektif karena menghemat uang dan memiliki jangkauan yang luas. Alat Peraga Kampanye (APK) juga erat kaitannya dengan salah satu platform periklanan. Tim Sukses beserta Bapak dan Ibu Alfedri Husni (SAH) juga melakukan kampanye langsung seperti kunjungan door to door dan kegiatan sosial.

c. **Harga (Price)**

Harganya berkisar dari ekonomi, psikologis, hingga citra nasional. Penghargaan ekonomi mencakup seluruh biaya yang dikeluarkan partai selama masa pemilu. Menurut Suhartono, Ketua Tim Kemenangan Al-Fedri Husni, biaya penyelenggaraan pemilukada ditanggung dari kantong calon sendiri, artinya dana partai juga berasal dari sumbangan:

““Uang yang dikeluarkan oleh Bapak dan Ibu Alfedri Husni (SAH) jauh lebih besar dibandingkan dengan dua pasangan calon lainnya, kurang lebih sebesar Rp. 870 juta dimana dana tersebut digunakan untuk anggaran tim sukses, cinderamata kepada pemerintah daerah, dan untuk saksi di TPS. pertemuan saksi pada saat pemilihan kepala daerah. Jika dikaitkan dengan pandangan psikologis pemilih yang merasa nyaman dan tertarik pada Bapak dan Ibu Alfedri Husni, maka gambaran psikologis pasangan tersebut menjadi magnet yang kuat untuk menarik simpati masyarakat” (Tim Pemenang (Wawancara dengan Bapak. Suhartono, Direktur Alfedri Husni, 2 Februari 2023).

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa hadiah uang sebesar Rp 870 Juta yang dikeluarkan oleh Bapak dan Ibu Tim Sukses Alfedri Husni (SAH) digunakan untuk keperluan kampanye seperti pengadaan alat peraga kampanye, biaya operasional Tim Sukses. Tim, dan biaya transportasi, bisa

dilampirkan. Dana peringatan untuk masyarakat juga digunakan. Sebagai anggaran saksi TPS pada saat pemilukada.

d. Penempatan (*Place*)

Penempatan ini berkaitan erat dengan cara kandidat menghadiri dan kemampuan mereka berkomunikasi dengan pemilih. Artinya, kandidat dan timnya harus mampu memetakan struktur dan karakteristik masyarakat, baik secara geografis maupun demografis. Ibrahim Mores, ketua tim kampanye Al-Fedri Husni (SAH), mengatakan:

“Kami memetakan pemilih berdasarkan demografi dan keahlian politik. Memetakan isu-isu strategis regional dan memetakan nama-nama calon teman dan musuh. Jaringan inventarisasi yang berpotensi menjadi institusi politik. Petakan wilayah masing-masing jaringan. Pertimbangkan nama-nama yang berpotensi menjadi tim sukses. Saat melaksanakan kampanye, kami juga berupaya melakukan pendekatan langsung kepada masyarakat. Alfedri-Husni melakukan kampanye perolehan 620 poin setiap pagi, siang, sore, dan malam selama 70 hari untuk mencari penyebab permasalahan dan mendekatkan diri kepada masyarakat. Kami menargetkan 60% suara untuk basis utama kami, 50% suara untuk basis kedua, dan 35% suara untuk basis ketiga. (Wawancara dengan Direktur Tim Kampanye Ibrahim Mores, 5 Maret 2023)

Satu institusi politik itu harus mampu mengindenfikasi atau memetakan struktur atau karakter masyarakat pemetaan ini bisa dilakukan secara geografis, indenfikasi masyarakat dilakukan dengan melihat konsentrasi penduduk disuatu wilayah, penyebarannya dan kondisi fisik geografisnya Pemetaan juga dilakukan secara demografis.

2. Model Komunikasi Politik Pasangan Alfedri-Husni dalam memenangkan pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Siak periode 2021-2024

Menurut keterangan Bupati Al-Fedri yang terpilih sebagai Bupati Siak, berikut model komunikasi yang dilakukan tim sukses dan Bapak dan Ibu Al-Fedri Husni dalam memenangkan pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Siak : “Sebagai pemimpin tentu kita harus dapat mengimplementasikan komunikasi politik keterbukaan ideologi melalui kegiatan-kegiatan seperti kunjungan ke daerah daerah yang sulit dijangkau, untuk berdialog dan berinteraksi kepada masyarakat, untuk dapat mengetahui akar persoalan yang selama ini terjadi. Karena dengan melakukan tatap muka secara langsung tentu kita dapat mengetahui persoalan yang terjadi. Hal ini juga untuk memahami keterbukaan ideologi melalui pesan-pesan politik yang akan kita sampaikan” (wawancara dengan Alfedri Bupati terpilih pada periode 2021-2024, 21 Maret 2023).

Model komunikasi politik pasangan Alfedri-Husni (SAH) dalam memenagkan pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Siak pada periode 2021-2024 yaitu:

a. Who

Orang yang mengirimkan pesan adalah orang, kelompok, atau organisasi yang memulai komunikasi dan disebut komunikator. Dalam pemilihan bupati dan wakil bupati Kabupaten Siak, tim sukses dan calon sendiri merupakan aktor yang mempunyai peranan strategis paling besar dalam pengambilan keputusan tersebut dalam mempengaruhi masyarakat dalam pemilihan calon di Pirkada Kabupaten Siak. Siapa pun yang terpilih, sistem pemungutan suara mayoritas diperlukan agar

kandidat dan tim bisa berhasil. Cobalah untuk bertemu dan berkomunikasi dengan masyarakat untuk mendapatkan suara. Suhartono, ketua tim pemenangan Alfedri Husni (SAH), mengatakan::

“Pada pilkada kabupaten Siak pada 2020 yang lalu, yang menjadi juru kampanye (jurkam) pasangan Alfedri-Husni (SAH) yaitu mantan Bupati Kabupaten Siak Arwin AS dan Ketua Dewan Pakar DPW Partai Nasdem Riau dan sekaligus Wakil Gubernur Riau, Edy Natar. Kedua tokoh ini, mengkampanyekan tentang prestasi dan kinerja yang dilakukan Alfedri untuk membangun kabupaten Siak yang lebih baik dan maju. Tentu Kampanye yang kita lakukan, adalah untuk membangun personal brand kandidat kita yaitu pasangan Alfedri-Husni (SAH), hal ini sangat penting dilakukan untuk memenangkan Pemilu dan berupaya mendulang suara dari masyarakat. Selain itu seluruh relawan dan tim sukses juga menjadi komunikator dalam kampanye politik Alfedri-Husni (SAH)” (Wawancara dengan Ketua Tim kemenangan Alfedri-Husni, Suhartono 2 Februari 2023).

Lebih Lanjut dikatakan Ketua Tim Kemenangan Alfedri-Husni (SAH), Suhartono yang juga mengatakan bahwa ada beberapa identitas pasangan Alfedri-Husni (SAH) yang menjadi bekal mereka saat berkomunikasi dengan masyarakat

“Alfedri dan pasangannya Husni cukup dikenal masyarakat dengan sosoknya yang berakhlak santun, rendah hati, berwajah menyenangkan, murah senyum, berkharisma, ramah dan hangat kepada semua orang. Pasangan ini memiliki daya tarik bagi semua orang. Selain itu juga juga tidak pernah membeda-bedakan suku, agama dan ras, Alfedri juga saat berbicara selalu mengusai masalah dan data sehingga beliau dapat memberikan solusi kepada masyarakat, dan bukan hanya janji dan harapan-harapan saja namun berbicara kenyataan dan kinerja serta komitmen” (wawancara dengan Ketua Tim Kemenangan Suhartono, 2 Februari 2023).

Alfedri dan pasangannya Husni Merza dikenal dengan masyarakat memiliki identitas, yang menjadi bekal mereka saat berkomunikasi dengan masyarakat yaitu, memiliki akhlak santun, rendah hati, berwajah menyenangkan, murah senyum, berkharisma, ramah dan hangat kepada semua orang sehingga memiliki daya tarik bagi semua orang. Dalam pengiriman pesan yang dilakukan oleh komunikator politik tentu menjadi penyambung lidah pasangan Alfedri-Husni (SAH) kepada masyarakat, dimana yang menjadi penyampaian pesan politik ada pada setiap tingkat Kabupaten, Kecamatan, Kelurahan, Desa hingga kampung yang berada di pelosok-pelosok yang tidak dapat terjangkau oleh pasangan Alfedri-Husni.

Seperti yang diungkapkan narasumber Bupati terpilih Alfedri yaitu:

“Kami membentuk tim di setiap Kecamatan, Kelurahan, Desa dan Kampung serta pelosok-pelosok daerah yang ada di Kabupaten Siak. Dimana mereka orang-orang yang kami anggap layak sebagai penyambung lidah kami kepada masyarakat. Tugas yang kami berikan kepada setiap komunikaator politik adalah menyampaikan program kerja yang akan kami lakukan, dan yang telah kami perbuat selama masa jabatan kami. Selanjutnya biarlah masyarakat yang menilainya. Kami juga meminta agar komunikator politik di setiap tingkat harus saling berkoordinasi dalam menyampaikan pesan-pesan politik kami”(wawancara dengan Bupati terpilih Alfedri pada 21 Maret 2023).

Tim Sukses atau seluruh tim relawan Al-Fedri-Husni (SAH) turut andil dalam mensosialisasikan program pemenangan Pilkada Bupati dan Wakil Bupati

Kegubernuran Siak Tahun 2021 hingga 2024. Husni (SAH) diusung saat terpilih menjadi bupati dan wakil bupati Kabupaten Siak.

b. Say What

Untuk menyampaikan makna, pengirim harus memulai dengan apa yang ingin disampaikannya. Artinya, mengubah informasi menjadi pesan berupa simbol-simbol yang mewakili ide dan konsep. Selain wawancara Alfedri Husni dengan aktivis Erwin AS, terdapat beberapa pesan yang dirancang oleh tim sukses dan Bapak dan Ibu Alfedri Husni (SAH) sebagai bahan untuk mengkomunikasikan isu-isu penting sosial, seperti berikut ini:

“ Isu penguatan ekonomi masyarakat dengan membentuk program 1000 UMKM per tahunnya, isu pembangunan Infrastruktur jalan setiap desa, dan isu pendidikan dimana setiap warga miskin wajib memiliki satu anak yang sekolah sampai sarjana. Selain itu tim sukses dan pasangan Alfedri-Husni (SAH) juga membuat titik-titik prekonomian seperti kawasan industri untuk mendongkrak prekonomian. Dan beberapa isu lainnya yang dirancang seperti isu-isu tentang lingkungan hidup, perjuangan guru-guru, petani, buruh dan persoalan penyakit social masyarakat serta bantuan untuk rumah ibadah dan fasilitas umum” (Juru Kampanye Alfedri-Husni (SAH) Arwin AS, wawancara 21 Maret 2023)

Pesan politik Alfedri- Husni dalam memenangkan pemilkuda Kabupaten Siak pada tahun 2020 adanya pandemik sehingga tim sukses dan pasangan ini mengemas pesan politik sedemikian rupa, berbentuk Jargon yang menggunakan istilah” Untuk Siak Lebih Maju” itu berarti pasangan Alfedri-Husni (SAH) menyampaikan pesannya kepada masyarakat. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan Bupati terpilih Alfedri-Husni (SAH)

“Jargon “Untuk Siak Lebih Maju” memiliki makna bahwa dalam memenangkan pemilukada pada tahun 2020 kami menyampikan pesan secara tersirat kepada masyarakat pemilih untuk menyalurkan suaranya pada kami, dimana arti “Untuk Siak Lebih Maju” yaitu (Santun, Amanah, Harmonis) yang akan kita capai pada program 5 tahun kedepan untuk kita jalankan sesuai dengan program-program yang dijalankan.(wawancara dengan Bupati terpilih Alfedri pada 21 Maret 2023).

komunikasi politik pasangan Alfedri-Husni dalam memenangkan pemilkuda Kabupaten Siak pada 2020 juga menggunakan jargon-jargon guna menarik simpati masyarakat pemilih sebagaimana dijelaskan Tim Kemenangan Kecamatan Dayun N. Nainggolan yaitu :

“Jargon yang digunakan oleh tim sukses pasangan Alfedri-Husni yaitu “SAH” dan “Untuk Siak Lebih Maju”. Alasan pemilihan jargon tersebut adalah mungkin agar masyarakat lebih mudah memahaminya dan mengingatnya. (wawancara N. Nainggolan pada 11 maret 2023)

Berkaitan dengan pesan politik yang berupa nomer dua narasumber Ketua Tim Kemenanangan Suhartono :

“Simbol (2) merupakan sebagai tanda bupati dan wakil bupati. Dan menjadikan angka dua itu adalah pertanda memang kita yang terpilih. (wawancara dengan Suhartono pada 2 Februari 2023).

Simbol yang digunakan oleh tim sukses adalah jari yang terangkat setengah menandakan nomor urut “2” yang diterima oleh Bapak dan Ibu Alfedri Husni pada saat pemilihan nomor urut, merupakan salah satu cara untuk menyampaikan pesan

kepada masyarakat yang secara simbolis mudah dipahami. adalah. Dapat digunakan hingga akhir kampanye. terbatas.

c. in what channel

Saluran adalah sarana pengiriman pesan. Sebagian besar saluran bersifat verbal atau tertulis, namun seiring kemajuan teknologi, saluran visual juga menjadi lebih umum. Berbagai media digunakan dalam komunikasi pemasaran politik. Seperti wawancara dengan Ibrahim Morels, Ketua Tim Kampanye Pemilu (SAH) Alfredri Husni):

“Media lini atas (above the line), Media lini ini adalah media konvensional surat kabar (koran), majalah, radio, dan Televis. Media lini bawah (below the line) Media lini bawah berupa poster, spanduk, leaflet, sticker, masker. Kegiatan sosial yang dirancang untuk menarik simpati masyarakat. Media baru (new media), seperti website, medsos, dan terakhir komunikasi interpersonal yang dilakukan secara langsung dan tatap muka dengan cara berdiskusi dan dialog baik kepada masyarakat dan tim sukses” (wawancara Ketua Tim Kampanye SAH, Ibrahim Morels 5 Maret 2023).

Hal senada juga dikatakan Bupati Kabupaten Siak terpilih Alfredri, menjelaskan tentang beberapa saluran komunikasi yang digunakan dalam memenangkan pemilihan, yaitu:

“Pertama, komunikasi massa baik komunikasi tatap muka yaitu dimana saat melakukan konferensi pers saat kampanye, komunikasi dengan perantara yang dilakukan adalah penyebaran berita positif selama kampanye, kegiatan kampanye, kegiatan kunjungan sosial kepada masyarakat melalui media cetak media online, televisi dan radio, postingan kegiatan kampanye baik itu video dan foto ke media sosial dan juga penyebaran masker, brosur, kartu nama, spanduk, banner dan pemasangan billboard. Pemasaran Multi event. Kedua, Komunikasi Interpersonal, melakukan kampanye terbatas pertemuan terbatas dan tatap muka serta kunjungan kepada masyarakat pelosok desa yang terpencil dan susah di jangkau. Ketiga Komunikasi Organisasi yaitu rekrumen tenaga relawan, *Networking* komunitas, membentuk elit *captain* dan membangun *partner*”(wawancara dengan Bupati Kabupaten Siak terpilih Alfredri 21 Maret 2023)

Penggunaan media tidak bisa dihindari, sebab itu pasangan Alfredri Husni cenderung menggunakan media online untuk memenangkan pemilukada, karena media online memiliki keunggulan dibandingkan media cetak. Alfredri Husni juga menggunakan media sosial. Melalui media sosial tersebut, Alfredri dan Husni bisa berinteraksi langsung dengan masyarakat dari berbagai latar belakang sosial ekonomi. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan sumber dekat Suhartono, ketua tim kemenangan:

“Kampanye dengan Penggunaan media itu pasti dilakukan oleh pasangan calon yang maju pada pemilukada, dimanapun itu, siapapun calonnya. Malah di masa pandemi covid 19 ini hal utama untuk kampanye selain bertatap muka, media lah yang menjadi penghubung interaksi dengan masyarakat. Begitupun dengan pasangan Alfredri-Husni, dimana juga menggunakan media, berbagai media yang ada yang mereka anggap mampu menyebarkan informasi tentang visi, misi, program kerja dan profil pasangan yang maju dalam pemilukada kabupaten Siak, tentu saja penggunaan media itu sesuatu yang tak dapat dihindari, hanya saja penggunaan media elektronik itu, ya seperti televisi, baik skala lokal maupun

nasional tentu perlu pertimbangan, terutama pertimbangan *budget*-nya. Dalam kampanye kami punya tendensi untuk menggunakan media media sosial. Dan media online Namun untuk media cetak di situasi sekarang KPU membatasi dan hanya bisa di tempatkan pada titik tertentu. Selanjutnya penggunaan media sosial dampaknya lebih massif, lebih ramai, karena kita berinteraksi langsung dengan masyarakat dengan latar belakang sosial ekonomi yang berbeda-beda, kita bisa tatap muka langsung dan menampung aspirasi mereka, mendengarkan keluhan dan harapan-harapan mereka. Media sosial juga kita gunakan melalui jejaringan sosial. (wawancara dengan Suhartono pada 2 Februari 2023)

Praktik komunikasi politik yang dilakukan dalam memenangkan pemilihan bupati dan wakil bupati Kabupaten Siak dan tentunya pemasaran komunikasi politik melalui penggunaan berbagai saluran: komunikasi massa, komunikasi personal, dan komunikasi organisasi.

d. to whom

Penerima adalah orang-orang yang menerima pesan tersebut. Seberapa baik seseorang memahami suatu pesan bergantung pada berbagai faktor, termasuk: Seberapa banyak yang diketahui orang tersebut tentang subjeknya, seberapa reseptif pesannya, koneksi ke enkripsi dan pengirimnya, berapa tingkat enkripsinya, dll. Kepercayaan ada antara pengirim dan penerima. Ketua tim kemenangan, Alfredri Husni (SAH) Suhartono menjelaskan:

“ Dalam memenangkan pemilukada kabupaten Siak pasangan Alfredri-Husni (SAH) kita menargetkan seluruh lapisan masyarakat kabupaten Siak yang memiliki hak suara menerima pesan politik, baik itu masyarakat baik muda, maupun tua, baik mereka yang ekonomi rendah, sedang, maupun mereka klasifikasi ekonomi mapan, merupakan sasaran atau target politik. Kita berupaya bagaimana agar dapat mensumbangkan hak pilihnya terhadap jagoan politik kami Alfredri-Husni (SAH)” (wawancara Ketua Tim kemenangan Suhartono 2 Februari 2023).

Hal ini juga sesuai dengan dikemukakan oleh Bupati terpilih Alfredri yaitu:

“Saya dan tim dalam memenangkan pemilkuda Kabupaten Siak tidak merasa puas hanya dengan kelompok Chinese, penganut agama Kristen pun dijadikan sasaran politik. tidak membedakan strata ekonomi dan umur saja, dalam menerima pesan politik, namun kami juga merancang strategi-strategi jitu dimana dalam menyampaikan pesan politik, agar dapat tersampaikan dan dipahami masyarakat adalah dengan melihat segmentasi masyarakat pemilih yang dilakukan secara berjenjang oleh para tim sukses, dengan ditujukan ke semua golongan sampai lapisan masyarakat bawah, ya pengusaha, juga Sasaran kita juga sebenarnya adalah generasi muda, kemudian kelas ekonomi menengah dan kelompok orang tua. Penyampaian program-program kerja kita juga dilakukan dengan melihat usia, profesi dan jenis kelamin. Kita juga mengantisipasi lawan politik yang memiliki dana kampanye yang banyak. Jadi kita sampaikan kepada masyarakat apa adanya, dan bukan hanya janji tapi solusi” (wawancara dengan Bupati terpilih Alfredri 21 Maret 2023)

Hal ini juga diperkuat oleh komentar dari salah satu tim sukses dari Alfredri-Husni.

Berikut komentar dari Agus, selaku salah satu tim sukses Alfredri-Husni (SAH) komentarnya sebagai berikut:

“Jadi salah satu strategi kami dalam menggalang dukungan adalah dengan melihat segmentasi masyarakat pemilih dilakukan berjenjang oleh para relawan, terutama bagi generasi muda, seperti untuk pemuda dan para pemilih pemula yang ikut menyalurkan hak suaranya. Dengan mengampanyekan Alfedri-Husni dengan bahasa yang sederhana atau bahasa yang sering digunakan masyarakat ketika bertemu dengan masyarakat yang berbeda. Dalam artian komunikasi sesuai kalangan” (wawancara dengan Agus tim kampanye Alfedri-Husni (SAH) pada 3 Maret 2023).

Untuk memenangkan pemilihan bupati dan wakil bupati Kabupaten Siak, maka harus dipilih seluruh lapisan masyarakat Kabupaten Siak, baik tua maupun muda, masyarakat golongan ekonomi rendah, menengah, dan mapan, tanpa membedakan-golongan ekonomi. ., menjadi maksud atau tujuan politik. Untuk membedakan dan menua. Tidak hanya sekedar menerima pesan politik, namun juga menyusun strategi efektif dalam menyampaikan pesan politik.

e. *With what effect*

With what effect adalah mata rantai terakhir dalam rantai proses komunikasi. Untuk mendapatkan *effect* agar khalayak dapat memilih pasangan Alfedri-Husni (SAH) maka aktor Politik harus memiliki keterampilan membujuk calon pemilih. Seperti wawancara dengan Bupati terpilih Alfedri:

“Hal yang kami lakukan dalam komunikasi politik, agar memiliki pengaruh dan efek yaitu yang kami jalankan selama kampanye itu bisa dilihat dari respon masyarakat pemilih dalam pemberian suara mereka. Kalau mereka memberikan hak suaranya kepada pasangan lawan, waktu pemilukada kamaren itu, berarti komunikasi politik kami dampaknya kurang pada para pemilih. Namun jika para pemilih memberikan hak suaranya pada kami juga menunjukan bahwa komunikasi politik dan pemasaran politik yang kami lakukan berhasil. Buktinya para pemilih memilih kami untuk memimpin kabupaten Siak untuk 5 tahun kedepan dan ini bukti dari keberhasilan komunikasi politik dan pemasaran politik yang kami lakukan selama kampanye” (wawancara dengan Bupati terpilih Bupati Siak Alfedri 21 Maret 2023)

Seperti wawancara dengan Risa Syukria masyarakat Pemilih di Kecamatan Mempura yaitu:

“Pada saat masa kampanye saya dan warga Mempura hadir dalam pertemuan dialogis pasangan Alfedri-Husni (SAH) saya dan warga memang sangat antusias datang dalam pertemuan tersebut. Disana kami banyak mendengarkan visi dan misi serta program-program yang disampaikan oleh pasangan ini. Saya juga mendengar niat baik Pak Alfedri untuk kembali maju, kami masyarakat merespon hal ini dengan baik, apalagi secara pribadi saya mengenal beliau yang merupakan sosok pemimpin yang baik, berjiwa sosial tinggi dan amanah semasa kepemimpinannya pada periode sebelumnya” (wawancara dengan masyarakat pemilih Risa Syukria, 26 Mei 2023)

komunikasi politik yang dibangun pasangan Alfedri-Husni (SAH) bersama tim sukses dan relawannya berdampak positif. Komunikasi politik pasangan Alfedri-Husni (SAH) ini tidak hanya komunikasi verbal, tetapi juga komunikasi non verbal, seperti sikap dan kepedulianya kepada masyarakat sehingga pasangan ini mendapat simpati dari masyarakat.

2. Pembahasan

Pemasaran Politik Pasangan Alfredri Husni (SAH) dalam memenangkan pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Siak periode 2021-2024

a. produk

Produk yang disebutkan dalam penelitian ini adalah partai politik, calon (pasangan Al-Fedri-Husni), dan gagasan partai politik yang disampaikan pemilih. Produk ini mengandung identitas konseptual dan ideologis. Hasil observasi lapangan disajikan, dimana sebuah program kerja yang menyoar seluruh segmen yang ada oleh Alfredri Husni (SAH) beserta tim sesuai dengan visinya: Kabupaten Siak yang lebih maju, lebih berkeadilan, lebih jaya dan jaya di masa depan.

b. Promosi (*Promotion*)

Kampanye periklanan yang sukses dilakukan tim Alfredri Husni (SAH) di masa pandemi terutama menggunakan media sosial. Dalam hal ini seperti membuat konten atau video di Instagram atau Facebook. Pasangan Alfredri-Husni (SAH) juga tak lepas dari keberadaan Alat Peraga Kampanye (APK). Alat peraga yang digunakan antara lain brosur, kalender, spanduk, plang, kaos oblong, serta masker kain dengan gambar Bapak dan Ibu Alfredri Husni (SAH). Bapak dan Ibu Alfredri Husni (SAH) juga melakukan kampanye tatap muka dalam jumlah terbatas, namun tentunya dengan menerapkan protokol kesehatan COVID-19 dan memastikan pesan-pesan politik dapat tersampaikan kepada mereka yang tidak memiliki media sosial. **Harga (*Price*)**

Harga mencakup berbagai faktor seperti ekonomi, psikologis, dan citra nasional. Biaya finansial yang dikeluarkan pasangan Alfredri Husni (SAH) beserta tim suksesnya memenangkan Pilbup Kabupaten Siak 2020 tergolong tinggi dibandingkan pasangan lainnya. Dana yang dikucurkan sebesar Rp871 juta. Hal ini terkait dengan sudut pandang psikologis pemilih yang merasa nyaman dan tertarik pada Alfredri Husni dan istrinya. Alfredri Husni dan istrinya saat ini dinilai menonjolkan citra positif dan lebih unggul dari kandidat lain dalam hal citra nasional.

c. Tempat (*Place*)

Upaya tim Alfredri dan Husni untuk berhasil memilih lokasi ini terbagi menjadi tiga base: base utama, base sekunder, dan base musuh. Pasangan ini menargetkan memperoleh 60% suara, dan kelompok utama meliputi Sabak AuH, Sungai Apit, Dayun, dan Kerinci Kanan. Sedangkan untuk baseman kedua, targetnya adalah Siak, Kandis, Koto Gassib, dan Lubuk Durham memperoleh 50% suara. Kedua, daerah permusuhan dinilai sulit karena adanya kekuatan musuh seperti Bunga Raya, Mempura, Psako dan Tualang..

2. Model Komunikasi Politik Pasangan Alfredri-Husni (SAH) dalam memenangkan pemilihan Bupaati dan Wakil bupati Kabupaten Siak pada periode 2021-2024

a. Who (siapa)

Hasil dari temuan penelitian ini penentuan komunikator Pasagan Alfredri-Husni (SAH) dalam memenangkan pemilukada Kabupaten Siak pada 2020 adalah seluruh komponen yang terlibat dalam barisan pemenangan Alfredri-Husni (SAH) baik itu dari tingkat bawah, dusun, kelurahan, desa hingga tingkat daerah kecamatan dan ibu kota kabupaten Siak. Pasangan Alfredri-Husni (SAH) menunjuk tokoh politik dan tokoh masyarakat yang memiliki pengaruh dan simbol ketokohan dari masyarakat yang berada pada suatu daerah tertentu. Selain tokoh masyarakat yang

menjadi komunikator politik dalam kemenangan Alfredri-Husni (SAH) pasangan ini juga menunjuk sosok professional yang merupakan sosok politikus sebagai komunikator.

b. Say what (berbicara apa)

Di tengah pandemi virus corona, Alfredri Husni dan istrinya memenangkan Pilkada Siak. Tentu saja memiliki pesan politik yang menarik minat dan perhatian pemilih, sehingga memberikan hak pilih kepada pasangan pada saat pencoblosan. Pesan politik adalah informasi faktual atau informasi yang bertujuan untuk membentuk opini masyarakat tentang seorang calon politik dan disampaikan dengan tujuan politik tertentu. Dalam komunikasi politik pesan/pesan yang disampaikan oleh Alfredri Husni (SAH) pemenang Pilkada Kabupaten Siak Tahun 2020 adalah “SAH” di Siak Maju”.

c. In What Chanel

Untuk Penggunaan media politik oleh pasangan Alfredri-Husni dalam memenangkan pemilkuda Kabupaten Siak pada tahun 2020 sangat penting karena melalui media tersebut pasangan Alfredri-Husni menyampaikan pesan-pesan politiknya kepada masyarakat. Penelitian melihat pada pasangan Alfredri-Husni dalam memenangkan pemilkuda Kabupaten pada masa pandemi covid 19 dan tim suksesnya tentu menggunakan media online, media sosial dan medai secara tatap muka dengan kampanye secara terbatas yang di atur oleh komisi pemilihan (KPU) dengan Pasal 58 ayat (1) Peraturan KPU 13/2020.

d. To Whom

Sasaran target politik pasangan Alfredri-Husni dalam memenangkan pemilkuda Kabupaten Siak adalah (1) ditujukan untuk semua kalangan tanpa membedakan latar belakang profesi, ekonomi, budaya dan agama; dan (2) menggunakan pendekatannya yang berbeda-beda pada setiap daerah maupun kawasan dan dilihat dari topografi daerah yang berbeda di kabupaten Siak(3) pasangan Alfredri-Husni dan tim sukses juga menargetkan kalangan generasi muda sebagai pemilih pemula dalam pemilukada Kabupaten Siak ini karena jumlah suara mereka cukup signifikan memberikan kontribusi terhadap keseluruhan perolehan suara bagi pasangan Alfredri-Husni dalam memenangkan pemiliha Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Siak pada periode 2021-2024.

e. With What Effect

Dampak komunikasi politik pasangan Al-Fedri Husni terhadap kemenangan pemilihan bupati dan wakil bupati Kabupaten Siak periode tahun 2021-2024 disimpulkan peneliti sebagai berikut. pertama pengaruh komunikasi politik Alfredri Husni serta tim suksesnya sangat luar biasa dan mampu memenangkan pemilihan kepala daerah di kabupaten Siak. Hal ini menunjukkan perolehan suara yang diraih jauh berbeda dibandingkan pasangan Arif-Sujarwo dan Saeed-Reni lainnya.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model komunikasi politik pasangan Alfredri-Husni (SAH) meliputi Who, Says What, In Which Chanel, To Whom, With what effect, 1. menggunakan tokoh politik kabupaten Siak sebagai komunikator 2. pesan politik yang disampaikan “SAH” dan “Untuk Siak Lebih Maju”. Kemudian 3. menggunakan media tatap muka terbatas, penggunaan media sosial, media online untuk menyampaikan pesan politik 4.sasaran politik seluruh lapisan masyarakat

kabupaten Siak yang memiliki hak suara dan pemilih pemula generasi muda 5. Efek komunikasi politik pasangan Alfedri-Husni (SAH) adalah memenangkan pemilihan kepala daerah kabupaten Siak

REFERENSI

- A. Muhtadi. 2008. *Masalah Ilmiah pembelajaran*. Nomor 2, Vol. 1
- Arifin. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Budiarjo, Miriam. 2008. *Dasar-dasar Ilmu Politik Edisi revisi*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka utama
- Cangara, Hafied. 2014. *Komunikasi Politik “konsep,Teori,Strategi”*. Jakarta: PT.Raja grafino persada:)
- Dan Nimmo ter. Tjun Suparman. 2006. *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung:
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Harun, Rochayat dan Sumarno AP. 2006. *Komunikasi Politik Sebagai Suatu Pengantar*. Bandung: Mandar Maju
- Moleong Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Vardhani, N. K., & Tyas, A. S. P. 2018. *Strategi Komunikasi dalam Interaksi dengan Mahasiswa Pertukaran Asing*. Jurnal Gema Societa., 2(1)