

STRATEGI KOMUNIKASI PADA KAMPANYE POLITIK DALAM MENARIK DUKUNGAN KAUM MUDA DI KABUPATEN LEMBATA PROVINSI NUSA TENGGARA TIMUR

¹Saverius Purab, ²Novan Adrianto, ³Lily Harlina Putri

^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

saveriuspurab@gmail.com

Abstract

This study uses a qualitative descriptive approach with data collection techniques in the form of in-depth interviews, direct observation, and document analysis. The data is analyzed through the process of reduction, presentation, and drawing conclusions based on the framework of political communication theory. The subject of the study was Elfridus Leirua Rivani Sableku, S.H., and her success team, who ran a campaign in Constituency I, Nubatukan District, Lembata Regency. The results of the study show that the communication strategy implemented includes four main components: (1) the use of social media such as Instagram and Facebook to convey campaign messages that attract the attention of young voters, (2) direct interaction through face-to-face campaigns that aim to build emotional connections with the local community, (3) the installation of campaign props such as billboards, stickers, and calendars to visually expand the reach of the message, and (4) the organization of special events that serve as a platform to creatively introduce the candidate's vision, mission, and work program. This strategy is designed to address geographical and demographic challenges in the Lembata Regency area, where the majority of voters are the younger generation of millennials and Gen Z groups. The study concludes that a combination of integrated traditional and digital communication strategies can improve the effectiveness of political campaigns, particularly in attracting attention and support from young people.

Keywords: strategy, campaign, general election, communication politics

Abstrak

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi langsung, dan analisis dokumen. Data dianalisis melalui proses reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan berdasarkan kerangka teori komunikasi politik. Subjek penelitian adalah Elfridus Leirua Rivani Sableku, S.H., beserta tim suksesnya, yang menjalankan kampanye di Daerah Pemilihan I, Kecamatan Nubatukan, Kabupaten Lembata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan meliputi empat komponen utama: (1) penggunaan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk menyampaikan pesan kampanye yang menarik perhatian pemilih muda, (2) interaksi langsung melalui kampanye tatap muka yang bertujuan membangun hubungan emosional dengan komunitas lokal, (3) pemasangan alat peraga kampanye seperti baliho, stiker, dan kalender untuk memperluas jangkauan pesan secara visual, serta (4) penyelenggaraan acara khusus yang berfungsi sebagai platform untuk memperkenalkan visi, misi, dan program kerja kandidat secara kreatif. Strategi ini dirancang untuk mengatasi tantangan geografis dan demografis di wilayah Kabupaten Lembata, di mana mayoritas pemilih adalah generasi muda dari kelompok milenial dan Gen Z. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kombinasi strategi komunikasi tradisional dan digital yang terintegrasi dapat meningkatkan efektivitas kampanye politik, khususnya dalam menarik perhatian dan dukungan dari kaum muda.

Kata Kunci : strategi, kampanye, pemilihan umum, komunikasi politik

Pendahuluan

Suatu strategi adalah suatu bentuk atau rencana yang menyatukan tujuan, kebijakan, dan tindakan utama suatu organisasi menjadi satu kesatuan yang utuh. Strategi yang dirancang dengan baik akan membantu mengatur dan mengatur sumber daya perusahaan secara unik dan bertahan lama. Strategi ini didasarkan pada kekuatan dan kelemahan internal perusahaan, mengantisipasi perubahan lingkungan, dan memahami bagaimana bisnis dapat berkembang. Quinn (1999:10) menyatakan Pada dasarnya, strategi adalah metode untuk mencapai tujuan. Untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi, para pemimpin puncak membuat rencana. Proses ini juga termasuk menyusun strategi untuk mencapainya. Strategi sangat penting untuk mencapai tujuan, karena kebanyakan tindakan atau perbuatan tidak lepas dari strategi.

Kampanye adalah salah satu jenis kegiatan komunikasi yang direncanakan untuk mempengaruhi publik tertentu. Kegiatan ini biasanya dilakukan oleh lembaga, baik pemerintah maupun swasta. Menurut Daud dan Apriliani (2017:3) suatu kegiatan kampanye dimaksudkan untuk mensosialisasikan program, aktivitas, dan informasi tertentu; memperkenalkan; meningkatkan kesadaran publik; dan mempengaruhi dan membujuk publik. Semua orang tahu bahwa ada banyak jenis kampanye; yang pertama terdiri dari orientasi dan yang kedua terdiri dari isi. Semua jenis kampanye ini membutuhkan media atau pasaran kampanye untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat.

Beberapa jenis media yang sering digunakan untuk kampanye adalah sebagai berikut: media elektronik (televisi, radio, ponsel); media cetak (koran, tabloid, majalah); media digital (website, sosial media, email, aplikasi, chat, dan lainnya); pameran, seminar, diskusi panel; dan media luar ruangan (poster, banner, billboard, dan papan nama). Pada era digital seperti saat ini, tentu sangat membantu bagi para caleg untuk melakukan kampanye mereka. Namun, kemajuan teknologi telah membuat kampanye tidak hanya bergantung pada metode tertentu. Di sisi lain, ini menghalangi para caleg untuk mencoba hal-hal baru selama kampanye mereka— tentu saja dengan tujuan utama memberikan informasi kepada masyarakat dengan mudah. Tidak hanya melalui media, tetapi juga sarana dan prasarana yang diperlukan untuk berkampanye. Ini terutama berlaku untuk wilayah target kampanye yang sangat terpencil dan sulit untuk mendapatkan informasi dari luar, baik dari warga masyarakat maupun dari akses desa.

Seperti penjelasan tentang kampanye dan media diatas, hal ini menggambarkan komunikasi dan politik. Komunikasi dan politik memiliki kaitan yang erat. Hubungan ini dapat terwujud, misalnya salah satu kegiatan politik adalah komunikasi atau komunikasi dapat mewujudkan politik. Kita dapat menemukan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari dengan, udah yang latar belakangnya kepentingan atau tujuan politik. Sebagai contoh nyata seorang calon legislatif dalam sebuah momen kegiatan menyampaikan kepada peserta untuk menjaga persatuan daerah, contoh lainnya adalah diskusi dengan masyarakat tentang politik uang. Indonesia adalah negara yang menganut sistem demokrasi dengan pemilihan umum sebagai pilar utamanya. Selain itu, pemilihan umum adalah cara demokrasi untuk memilih pemimpin. Sebagian besar masyarakat yang makmur di planet ini percaya bahwa pemilihan umum adalah metode pergantian kekuasaan yang paling aman.

Pemilihan umum, yang dilakukan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Republik Indonesia 1945, merupakan cara bagi rakyat untuk menjalankan kedaulatan mereka sendiri dan merupakan lembaga demokrasi. Menurut Undang-undang nomor 22 tahun 2007 tentang penyelenggaraan pemilu, komisi pemilihan umum (KPU) di Indonesia bertanggung jawab untuk menyelenggarakan pemilihan umum, termasuk pemilihan umum anggota DPR, DPD, dan DPRD, presiden dan wakil presiden, serta pemilihan umum kepala daerah dan wakil kepala daerah.

Dalam pemilihan umum peran publik, warga negara dan pemilih tidak boleh diabaikan. Salah satu faktor yang menentukan kualitas pemilu adalah tingkat partisipasi pemilih. Angka partisipasi pemilih dalam penyelenggaraan pemilu adalah salah satu hal yang selalu ditunggu dan dihitung selain hasil pemilu. Setidaknya, angka partisipasi pemilih akan menunjukkan seberapa banyak partisipasi politik warga dalam kontestasi pemilu. Di sisi lain, angka partisipasi pemilih juga akan menunjukkan kekuatan legitimasi orang yang terpilih melalui proses pemilu. Karena pada hakikatnya, pemilu adalah cara pemilih memberi mandat kepada yang dipilih untuk menjaga kesejahteraan bersama.

Pemilihan calon legislatif yang dilakukan untuk menyampaikan visi dan misi setiap calon dalam setiap partai politik. Pemilihan umum diselenggarakan dan diikuti oleh partai politik yang diverifikasi oleh KPU dengan Sistem pemilihan umum adalah hasil dari demokrasi Indonesia. Berbagai partai peserta pemilu merupakan tonggak penting dalam demokrasi. (Budiardjo, 2015), esensi dari Partai politik adalah kelompok orang yang memiliki nilai, prinsip, dan tujuan yang sama. Tujuan mereka adalah untuk menguasai kekuasaan politik dan melakukannya secara konstitusional melaksanakan kebijakan.

Dengan kata lain, kampanye adalah aktivitas yang dilakukan oleh pemilih atau pihak lain yang ditunjuk oleh pemilih untuk meyakinkan pemilih dengan menyampaikan visi, misi, program, dan/atau citra diri pemilih (Peraturan Pemerintah RI, 2018). Kampanye politik adalah kegiatan komunikasi yang direncanakan dan ditujukan langsung kepada khalayak tertentu dalam jangka waktu tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Kampanye terbatas waktu terorganisir. Perbedaan sosialisasi dan kampanye memiliki perbedaan yang terletak pada motif dan tujuan dari narasumber dan kepentingan pertemuan (Arifin, 2016). Ada banyak jenis kampanye yang dilakukan oleh pasangan legislatif dalam memperoleh suara, antara lain di media sosial, media massa, pertemuan tatap muka (Dollah, 2016; Towner, 2018).

Namun, DPT Kabupaten Lembata pada Pemilu 2024 didominasi oleh pemilih milenial dari dua generasi: Generasi Y, yang lahir dari 1977 hingga 1994, terdiri dari 33.971 pemilih (laki-laki 16.018 dan perempuan 17.953), dan generasi Z, yang lahir dari 1995 hingga 2010, terdiri dari 16.898 pemilih laki-laki dan 16.294 pemilih perempuan, masing-masing 33.192. Oleh karena itu, 64 persen pemilih adalah orang muda, dan 36 persen terakhir adalah pemilih di atas 48 tahun. Menurut KPU Lembata, 2024.

Oleh karena itu dalam penelitian ini dibahas bagaimana” Strategi Komunikasi Pada Kampanye Politik Dalam Menarik Dukungan Kaum Muda Di Kabupaten Lembata Provinsi Nusa Tenggara Timur”. Pada dasarnya jumlah pemilih berdasarkan data KPU Kabupaten Lembata menetapkan jumlah Daftar Pemilih Tetap (DPT) untuk Pemilu 2024 sebanyak 104.542 Pemilih. Dengan presentasi pemilih kaum muda sekitar 64% atau jumlah daftar pemilih tetap sekitar dengan total pemilih sebanyak 67.163 pemilih.

Maka dalam hal ini ada beberapa strategi yang dilakukan dalam Pemilihan Legislatif DPRD Kabupaten Lembata, Provinsi Nusa Tenggara Timur 2024 agar kaum muda dapat menggunakan hak pilihnya dengan baik dan benar sebagai mana aturan yang telah berlaku. Sehingga hal-hal yang dapat mempengaruhi pemilihan Legislatif seperti Golput, berita hoaks, serta perbedaan hak pilih. Dengan adanya strategi ini dilakukan agar Pemilihan Legislatif dapat berjalan dengan penuh adil dan damai walaupun dalam konteks pemilu berbeda hak pilih itu merupakan hal yang wajar dalam pesta demokrasi baik pemilihan Legislatif maupun Eksekutif diseluruh Bangsa Indonesia.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan penelitian kualitatif berupa penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lainnya secara utuh dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Moleong, (2011:6)

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif, yaitu data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata, gambar, bukan angka-angka. Menurut Bogdan dan Taylor, penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Sementara itu, penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun rekayasa manusia. Adapun tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat pencandraan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi atau daerah tertentu. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pada kampanye politik dalam menarik dukungan kaum muda dalam pemilihan umum serentak 2024 di Kabupaten Lembata.

Hasil dan Pembahasan

Profil Elfridus Leirua Rivani Sebleku, S.H



Gambar 1. Foto Elfridus Leirua Rivani Sebleku, S.H

Elfridus Leirua Rivani Sableku, S. H merupakan seorang politisi muda asal partai Demokrat di Kabupaten Lembata. Elfridus atau yang akrab disapa Rivan, mencalonkan diri sebagai Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) pada pemilu serentak yang diselenggarakan pada tanggal 14 Februari 2024. Elfridus lahir di Kota Kupang pada tanggal 16 Mei 1997 dan merupakan anak ke 3 (tiga) dari 5 (lima) bersaudara. Elfridus merupakan anak dari Bapak Ferdinandus Koda dan Ibu Nurbaiti Rayabelen. Elfridus menempuh pendidikan di Taman Kanak-kanak Sta. Marieta Lewoleba (2002-2003), Elfridus melanjutkan pendidikan ke tingkat Sekolah Dasar di Sekolah Dasar Katolik St. Tarsisius Lewoleba (2003-2009), setelah menamatkan sekolah dasar, Elfridus kemudian melanjutkan pendidikan ke Sekolah Menengah Pertama Katolik St. Don Bosco Lewoleba (2009- 2012), Elfridus kemudian melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Atas Negeri 2 Nubatukan (2012-2015). Setelah menyelesaikan pendidikan wajib 12 (dua belas) tahun di sekolah dasar dan menengah, Elfridus melanjutkan pendidikan ke jenjang perkuliahan. Elfridus melanjutkan pendidikan hukum di Universitas Nusa Cendana, salah satu universitas negeri terbaik di Kupang, Nusa Tenggara Timur.

Selama masa kuliah, Elfridus merupakan seorang aktivis yang sering melakukan advokasi dan demonstrasi untuk menyuarakan suara masyarakat kecil. Elfridus juga bergabung kedalam berbagai organisasi mahasiswa dan juga komunitas untuk melakukan aksi-aksi kritik dan penolakan terhadap berbagai kebijakan atau program pemerintah yang kurang pro terhadap rakyat kecil baik itu kebijakan pemerintah pusat, kebijakan pemerintah provinsi, bahkan kebijakan pemerintah kabupaten.

Elfridus mengawali karir organisasinya di Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia (GMNI) Cabang Kupang. Selama berproses di Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia Cabang Kupang, Elfridus aktif dalam mengawal kebijakan – kebijakan yang dikeluarkan oleh

pemerintah pusat dan pemerintah provinsi. Salah satu aksi yang pernah dilakukan Elfridus bersama teman-teman GMNI ialah penolakan terhadap pengesahan Rancangan Kitab Undang-Undang Hukum Pindaan (RKUHP) yang sempat membuat satu Indonesia gempar karena banyak mengandung pasal-pasal yang dianggap bermasalah atau kurang pro terhadap rakyat. Sepak terjang Elfridus di GMNI Cabang Kupang tidak sampai disitu. Ada beberapa kasus lain yang menjadi perhatian Elfridus. Diantaranya pengesahan Undang-Undang Omnibus Law, Kasus masyarakat adat Besipae, kasus korupsi Bank NTT, dan masih banyak lagi. Puncak dari perjalanan karir Elfridus di GMNI Kupang ialah dirinya menjabat sebagai Wakil Ketua Dewan Pengurus Cabang (DPC) GMNI Cabang Kupang Periode 2020-2022.

Selain GMNI Cabang Kupang, Elfridus bersama beberapa mahasiswa Lembata yang ada di Kota Kupang juga mendirikan sebuah organisasi mahasiswa yang diberi nama Asosiasi Mahasiswa Lembata (AML) Kupang. Organisasi ini didirikan pada tanggal 12 November 2017 di Kupang, Nusa Tenggara Timur. Organisasi yang ini didirikan dengan tujuan untuk menghimpun dan sekaligus menjadi wadah belajar bagi mahasiswa asal Kabupaten Lembata yang sedang berkuliah di Kupang. Elfridus selaku pendiri kemudia dilantik sebagai Ketua AML Periode 2017-2019. Selama menjabat sebgai ketua, AML Kupang di bawah pimpinan Elfridus sering melakukan kegiatan- kegiatan yang bertema akademis dengan tujuan untuk kaderisasi anggota.

Selain GMNI Kupang dan AML Kupang, Elfridus dan beberapa aktivis lainnnya mendirikan satu komunitas yang diberi nama Aliansi Mahasiswa Pemuda Peduli Rakyat Lembata (AMPPERA) Kupang. Semenjak didirikan, AMPPERA Kupang aktif dalam berbagai kegiatan advokasi, demonstrasi, dan audensi. AMPPERA kupang merupakan komunitas yang berisikan mahasiswa yang peduli terhadap rakyat kecil dan aktid dalam mengawal kebijakan pemerintah Kabupaten Lembata. Kasus-kasus yang menjadi perhatian AMPPERA Kupang antara lain kasus ambruknya jembatan waima yakni jembatan yang menghubungkan Kecamatan Nubatukan dan Kecamatan Nagawutung dan kasus pembangunan tempat wisata restoran apung di Pulau Awololong.

Elfridus dan bebrapa aktivis yang tergabung dalam AMPPERA Kupang melakukan aksi di Kejaksaan Tinggi NTT dan Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) RI perwakilan NTT. Dalam aksi tersebut AMPPERA menuntut penyelidikan terhadap adanya indikasi korupsi pada proses pembangunan jembatan Waima yang di bangun pada wal tahun 2018 dan amrbruk pada pertengahan tahun 2018. Selain melakukan aksi tersebut Elfridus dan kawan-kawan juga melakukan aksi penolakan terhadap pembangunan tempat wisata dan restoran apung di Pulau Awololong dan menuntut penyelidikan terhadap proses pembangunan tersebut.

Setelah menyelesaikan kuliah pada tahun 2022, Elfridus merintis usaha yang diberi nama Gewayan Trans Expedisi. Gewayan Trans Expedisi merupakan usaha jang bergerak di bidang jasa pengiriman barang dari Kabupaten Lembata ke Kota Kupang dan sebaliknya. Setelah mendirikan usaha, Elfridus kemudia bergabung ke organisasi Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Kupang. HIPMI adalah organisasi yang bertujuan menumbuhkan jiwa wirausaha di kalangan pemuda Indonesia. Selama berproses di HIPMI Kupang, Elfridus di tunjuk sebagai Ketua Kompartemen Bidang Organisasi Dan Kaderisasi.

Selain sebagai pengusaha muda, Elfridus juga aktif di bidang olahraga. Elfridus mendirikan sebuah klub futsal benama Star Free. Klub ini bertujuan untuk menghimpun anak muda yang ingin menyalurkan bakat olahraga di bidang futsal. Setelah didirak klub ini aktif mengikuti turnamen futsal sebagai di Kabupaten Lembata. Di bawah arahan Elfridus sebagai manejer sekaligus head coach, Star Free menjadi salah satu klub futsal yang tangguh di Kabupaten Lembata. Selain mendirikan klub futsal, Elfridus juga tergabung dalam pengurus Asosiasi Futsal Kabupaten (AFKAB) Lembata. AFKAB sendiri merupakan asosiasi yang menaungi futsal di tingkat kabupaten. Di dalam kepengurusan AFKAB, Elfridus di tunjuk sebagai Sekertaris yang menjalankan segala urusan terkait administrasi.

Selain aktif di AFKAB Lembata, Elfridus juga merupakan Ketua Harian Komite Olahraga

Nasional Indonesia (KONI) Lembata. KONI merupakan satu-satunya organisasi yang berwenang dan bertanggung jawab mengelola, membina, mengembangkan, serta mengkoordinasikan seluruh pelaksanaan kegiatan olahraga di Indonesia.

Selain aktif di bidang olahraga, Elfridus juga merupakan sosok yang aktif di bidang pendidikan. Elfridus merupakan Wakil Ketua Yayasan Ile Lewotolok Nusantara yang membawahi Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Ile Lewotolok di Kabupaten Lembata. SMK Ile Lewotok merupakan lembaga pendidikan yang sudah ada sejak 2003 dan ikut ambil bagian dalam kemauan pendidikan di Kabupaten Lembata.

Elfridus memulai karir politik pada tahun 2023 dengan bergabung ke Partai Demokrat. Sepak terjang Elfridus dalam dunia politik memang belum bisa dibandingkan dengan politisi lain namun sebagai seorang politikus muda yang berpegang teguh pada nilai-nilai Pancasila sebagai ideologi bangsa, Elfridus memberanikan diri untuk mencalonkan diri sebagai Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Lembata untuk menyuarakan suara-suara anak muda dan masyarakat kecil di Kabupaten Lembata yang selama ini tidak diperhatikan oleh Pemerintah Kabupaten Lembata.

Elfridus menjadi contoh bagi banyak orang bahwa orang muda harus bisa menjadi pembawa perubahan dan menjadi penyambung lidah masyarakat kecil. Sampai sekarangpun Elfridus bersama Komunitas AMPPERA dan Komunitas anak muda lainnya masih aktif melakukan aksi berupa demonstrasi, kritik, dan audiensi ke DPRD Kabupaten Lembata terhadap setiap kebijakan yang dikeluarkan oleh Pemerintah Kabupaten Lembata yang dinilai kurang bermanfaat bagi masyarakat kecil dan kaum muda yang terpinggirkan.

Strategi Komunikasi Yang Digunakan Dalam Kampanye Politik Kampanye Melalui Media Sosial

Media sosial merupakan media yang digunakan dalam penyampaian pesan dari komunikator kepada khalayak yang berjumlah besar dan serempak. Media sosial telah menjadi sarana komunikasi yang kuat dan luas digunakan oleh individu, partai politik, dan kandidat dalam kampanye politik. Penggunaan media sosial dalam kampanye politik tidak hanya mengubah cara pesan politik disampaikan, tetapi juga mempengaruhi perilaku politik, partisipasi politik, dan persepsi publik. Dalam hal ini Narasumber menggunakan media sosial baik media cetak, maupun elektronik sebagai salah satu strategi dalam berkampanye dimana Narasumber melihat kalau hampir anak muda di Lembata sangat aktif dalam penggunaan media sosial.

Dalam melakukan kampanye lewat media sosial, Elfridus menggunakan media sosial Instagram dan Facebook sebagai alat kampanye. Hal ini dilakukan karena menurut Elfridus penggunaan media sosial sebagai alat kampanye lebih efektif untuk menjangkau kaum muda. Sedangkan untuk media cetak, Elfridus menggunakan media cetak Pos kupang sebagai media kampanye. Hal yang dilakukan ialah membuat berita tentang aktifitas politik yang dilakukannya bersama tim sukses.

“Selama masa kampanye, saya aktif menggunakan media sosial pribadi dan media cetak untuk melakukan kampanye. Kalau di media sosial pribadi, saya mengupload foto saya sendiri dan dokumentasi kegiatan yang saya dan tim kerjakan. Kita lihat saja fenomena sekarang ini, anak muda lebih banyak bermain media sosial contoh saja Instagram kalau seharian tidak buka Instagram rasanya ada yang kurang. Dari situlah saya melihat peluang untuk melakukan kampanye secara masif di media sosial pribadi. Sedangkan untuk media cetak, saya menggunakan media Pos Kupang sebagai sarana kampanye. Hal ini saya lakukan karena walaupun tidak sepopuler Instagram, koran juga masih media yang digemari kaum muda khususnya di Lembata”

Kampanye Tatap Muka

Strategi yang berikut ialah melakukan pertemuan tatap muka untuk menyampaikan segala visi dan misi kepada masyarakat atau anak muda serta mendengarkan masukan dari masyarakat. Menurut Elfridus, kampanye secara tatap muka akan memberikan kesan positif bagi masyarakat bahwa seorang calon legislatif harus turun ke masyarakat untuk mengangkat isu yang menjadi polemik dalam masyarakat dan menjadukan itu sebagai program kerja.

“Selain menggunakan media sosial, saya juga melakukan pertemuan tatap muka dengan kelompok- kelompok yang ada di masyarakat. Kelompok- kelompok yang menjadi sasaran kampanye saya cukup beragam. Ada yang berprofesi sebagai petani, ada juga yang berprofesi sebagai nelayan. Tidak terlepas dari itu, saya juga melakukan pertemuan tatap muka dengan berbagai anak muda yang tergabung dalam berbagai komunitas. Ada yang bergabung di komunitas seni, ada yang di komunitas literasi, komunitas olahraga, komunitas pecinta motor dan masih banyak lagi.”

Pemasangan Alat Peraga Kampanye

Alat peraga kampanye adalah semua bentuk benda atau visual yang digunakan untuk menyampaikan pesan kampanye dari seorang calon atau partai politik. Alat peraga kampanye bertujuan untuk mempengaruhi, membangun citra, menarik perhatian publik, memberikan informasi tentang visi, misi, dan program calon, serta mengajak masyarakat untuk memilih calon atau partai tersebut. Dalam menjalankan strategi komunikasi dalam kampanye politik selama masa kampanye berlangsung, ada beberapa alat peraga kampanye yang digunakan oleh Elfridus Leirua Rivani Sableku, S. H. Alat peraga kampanye yang digunakan antara lain : Baliho

Baliho adalah salah satu alat peraga kampanye yang paling umum digunakan. Ini adalah papan reklame besar yang biasanya dipasang di tempat-tempat strategis seperti jalan raya, persimpangan, atau area publik lainnya. Baliho berfungsi sebagai media visual yang mencolok untuk menyampaikan pesan kampanye kepada masyarakat luas.

Menurut Elfridus, pemasangan baliho menjadi sarana kampanye yang masih relevan digunakan karena baliho dapat menjangkau semua kalangan mulai dari anak muda sampai orang tua.

“Kalau kita bicara soal kampanye, rasanya kurang lengkap kalau kita tidak menggunakan baliho. Menurut saya baliho ini masih menjadi alat kampanye yang relevan karena dapat menjangkau semua kalangan.”

Stiker

Stiker adalah salah satu alat peraga kampanye yang kecil namun efektif. Biasanya berupa kertas atau bahan plastik tipis yang memiliki perekat di bagian belakang, sehingga mudah ditempelkan di berbagai permukaan. Stiker kampanye berisi gambar, logo, nama calon atau partai, serta slogan singkat yang menarik perhatian. Selain menggunakan baliho, Elfridus juga menggunakan stiker sebagai alat kampanye. Alasannya karena stiker merupakan alat kampanye yang praktis karena bisa dibawa kemana-mana, bisa ditempelkan dimana saja, dan bisa di berikan ke siapa saja.

“Ada juga stiker. Stiker ini saya buat karena praktis. Artinya alat kampanye yang satu ini bisa di bawa kemana saja dan di berikan ke siapa saja”

Kalender

Kalender adalah salah satu alat peraga kampanye yang unik dan fungsional. Berbeda dengan alat peraga lainnya seperti baliho atau stiker, kalender kampanye tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai benda yang berguna sehari-hari dalam kehidupan kita karena dalam kalender kita bisa mengetahui tentang hari, tanggal dan bulan

serta hari-hari yang dirayakan dapat kita ketahui dalam kalender.

Menurut Elfridus, penggunaan kalender sebagai alat kampanye merupakan sebuah inovasi yang bagus. Selain fungsi utamanya sebagai alat penunjuk hari, tanggal, dan bulan, kalender juga dapat berfungsi sebagai alat untuk memperkenalkan profil pribadi seorang calon legislatif dan dapat digunakan sebagai alat untuk menyampaikan visi dan misi tanpa harus bertatap muka untuk itu Elfridus membuat kalender yang berisi tentang foto dan profil dari dirinya sebagai salah satu bentuk dari alat peraga kampanye miliknya.

“Ya betul, selama masa kampanye selain menggunakan baliho dan stiker saya juga menggunakan kalender sebagai alat kampanye karena menurut saya kalender ini multifungsi. Kalau fungsi utamanya kan kita sudah tau, nah fungsi yang lain ini yang saya manfaatkan untuk dipakai sebagai alat kampanye.”

Melaksanakan Event Sebagai Branding Personal

Personal branding menjadi salah satu aspek yang penting dalam membangun citra diri dan mencapai tujuan tertentu. Baik itu dalam dunia pekerjaan maupun kehidupan pribadi. Melaksanakan event sebagai personal branding merupakan salah satu strategi komunikasi dalam melakukan kampanye politik. Dengan melihat peluang dan kecenderungan yang ada pada masyarakat khususnya kaum muda yang cenderung lebih menggemari olahraga maka Elfridus Leirua Rivani Sableku, S. H bersama tim pemenangan mengadakan sebuah event yakni Turnamen Futsal. Menurut Elfridus turnamen futsal menjadi pilihan yang cocok untuk melakukan kampanye kepada kaum muda khususnya pada Daerah Pemilihan 1 Kabupaten Lembata.

“Kita lihat saja sekarang ini, anak muda lebih gemar dengan kegiatan yang fun daripada kegiatan-kegiatan seperti diskusi, karena itu saya melihat peluang yang bagus dari kegiatan turnamen futsal yang saya dan tim pemenangan buat. Selain memberikan dampak positif kegiatan ini bisa menjadi ajang bagi saya untuk melakukan strategi kampanye.”

Kata Elfridus saat di wawancarai pada Rabu, 16 Oktober 2024. Selain Elfridus, salah satu tim pemenangannya Emanuel Simitro Sunur, S. M juga mengatakan hal yang serupa. Pada saat diwawancarai pada Jumat, 15 Oktober 2024, Emanuel mengakui bahwa tujuan utama dari turnamen futsal yang mereka lakukan memang untuk melakukan strategi kampanye karena dia juga melihat adanya peluang ketika melaksanakan event ini sebab minatnya anak muda terhadap olahraga terutama futsal di kabupaten lembata yang begitu tinggi dan tentu saja sebagai branding personal untuk menaikkan citra dari calon yang ia dukung.

“Memang betul salah satu strategi kampanye yang kami buat ialah turnamen futsal. Selain bisa menjadi sarana kampanye dari saudara Elfridus, turnamen futsal ini juga bisa menjadi branding personal bagi saudara Elfridus ya tentu saja ini juga tidak terlepas dari tujuan utama kami yakni menarik suara dari kaum muda di dapil 1”

Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada Elfridus Leirua Rivani Sebleku, S.H ada 4 (empat) strategi yang dilakukan selama masa kampanye guna menarik minat kaum muda. Strategi kampanye tersebut ialah : penggunaan media massa (media online dan media cetak), pertemuan tatap muka, pemasangan alat peraga kampanye, dan mengadakan event sebagai branding personal. Penggunaan media masa (media online dan media cetak) sebagai alat kampanye bertujuan untuk menarik minat kaum muda yang aktif menggunakan sosial media. Pertemuan tatap muka bertujuan untuk menyampaikan visi dan misi serta

mendengar langsung polemik yang ada di masyarakat. Pemasangan alat peraga kampanye bertujuan untuk menjangkau semua kalangan masyarakat. Mengadakan event sebagai branding persoal bertujuan untuk memacu semangat kaum muda yang gemar berolahraga dan suka akan kegiatan-kegiatan yang menyenangkan.

Dari beberapa kesimpulan diatas kita dapat mengetahui bahwa strategi kampanye sangat mempengaruhi dan sangat penting untuk menarik dukungan dari masyarakat terutama kepada kaum di Kabupaten Lembata yang memiliki sifat apatis terhadap politik biasanya mereka membeo atau cuman ikut ramai dalam berpolitik dan tidak benar-benar dalam menentukan pilihan mereka terhadap para calon legislatif yang benar ingin maju dan membangun daerah. Tujuan kampanye yang dilakukan oleh Elfridus supaya anak muda di Lembata khususnya di dapil 1 Kecamatan Nubatukan dapat mengerti dan mengetahui tentang politik yang baik dan benar tanpa mengikut arus dan juga tanpa adanya money politik di antara mereka.

Saran

Sikap apatis terhadap politik di kalangan kaum muda masih menjadi kendala untuk Elfridus Leirua Rivani Sableku, S. H dalam menjalankan strategi kampanye. Sehingga diharapkan kedepannya Elfridus Leirua Rivani Sableku, S. H dapat membuat suatu gebrakan baru dalam menjalankan strategi kampanye misalnya membuat suatu even atau cara yang banyak minati oleh anak muda agar dapat menjangkau seluruh anak muda di Kabupaten Lembata. Melaksanakan sebuah event menarik yang bisa diikuti dari semua kalangan masyarakat baik laki-laki maupun perempuan. Melaksanakan pertemuan tatap muka ke semua warga masyarakat agar semua aspirasi yang dari masyarakat bisa di dengarkan dan ditampung. Menyebarkan semua stiker dan kalender harus ke tempat-tempat yang mudah dijangkau dan bisa dengan muda di temui oleh semua orang.

Daftar Pustaka

- Creswell, J. W. (2017). Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran. Pustaka pelajar.
- Efriza. (2012). Political Explore Sebuah Kajian Ilmu Politik. (CV. Alfabeta (ed.)).
- Herdiansyah, H. (2010). Metode Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial. (Salemba Humanita (ed.)).
- Idrus, M. (2007). Metode Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial (Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif). (UII Press Yogyakarta (ed.)).
- Kriyantono, R. (2008). Teknik Praktis Riset Komunikasi (Kencana Prenada Media Group. (ed.)).
- Lupiyoadi, R. & A. H. (2009). Manajemen Pemasaran Jasa. (S. Empat (ed.)).
- Moelong, L. J. (2011). Metodologi Penelitian Kualitatif (PT Remaja Rosdakarya. (ed.); Edisi Revi).
- Nasution, A. F. (2023). Metode Penelitian Kualitatif (CV. Harfa Creative. (ed.)).
- Putra, Gema Yasa Kurnia, D. (2022). Strategi Politik Partai Kebangkitan Bangsa Jawa Barat Dalam Menyasar Pemilih Muda Pada Pemilihan Legislatif Daerah 2019 Di Jawa Barat. Jurnal Administrasi Negara, Volume 13. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/jane.v13i2.38013>
- Rasyid, F. A. (2009). Kampanye Politik Dan Persoalan Bangsa. Sosial pembangunan, Volume 25. <https://doi.org/https://doi.org/10.29313/mimbar.v25i2.281>

- Ratna, M. (2017). Strategi Kampanye Politik Pasangan Jarot Winarno- Askiman Pada Pilkada Serentak Di Desa Baning Panjang Kecamatan Kelam Permai Kabupaten Sintang Tahun 2015. *Aspirasi, Jurnal S-1 Ilmu Politik*, Volume 5 N. <http://jurmafis.untan.ac.id>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (Alfabeta (ed.)).
- Syahrums, & S. (2012). *Metodologi Penelitian Ilmiah*. (Citapustaka media (ed.)).