

Strategi Komunikasi Tim Sukses Ridwan Kamil dalam Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2018-2023

Communication strategy of Ridwan Kamil's team in west java governor election 2018-2023

¹Pandu Nur Ramadhan H, ²Dr. Dadan Mulyana, Drs., M.Si.

¹*Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*

email: ¹pandunrh@gmail.com, ²dadanmulyana@gmail.com

Abstract. West Java's Feast of democracy annually held every 5 years, it's such like politicaly by the people who lived in its province of West Java. This election of West Java circumstances for the 2018-2023 period, every candidates must be have strategies of communication in their campaign. The one candidate who had huge impact for his fame used by Ridwan Kamil as he become the candidate for the West Java's Governor. He was using an social media platform called instagram to succed his vision and mission in order to win the election. As for this reasearch is to find out the strategy of political communication that was used by his team through the instagram that was including strategy to understand the audience, strategy arranged a persuasive message, strategy of sorting method, strategy selecting media. The methods used in this research is qualitative method with approach case studies with single-case study and single analysis unit. The data collective technique with Interview, case study, and documentation study. The result of this research that is the ridwan kamil's team in his campaign for the election directing to effective and succeed, seen it from the segmentation and the campaign goal in instagram, most of the voters and his followers was youngers. A persuasive message strategy Ridwan Kamil's team, in providing the information content of the message – a message in it by evokes (Attention) and activity (Action) through the visual style of story material activities, something that evokes followers or people in social media instagram, and themes that presented interesting, so the curious followers, always remembered and liked to the information conveyed the Ridwan Kamil's team in social media instagram. The strategy sets out a method performed by Ridwan Kamil's team, that is the message conveyed in funly and entertaining way (interesting and entertaining), creative and casual language in order to be easily understood and accepted by the millennial, and repeatedly. Sorting and selecting media strategy Ridwan kamil's team, a social media based on instagram because the number of followers on social media account instagram Ridwan Kamil totaled 9 million followers, social media users instagram has increased over time, and the cost of the cheaper oprasional campaign.

Keywords : Strategy, Political Communication, Social Media, Instagram

Abstrak. Pesta demokrasi di Provinsi Jawa Barat dalam Pemilihan Gubernur Jawa Barat yang dilakukan dalam kurun waktu pergantian lima tahun sekali, adalah salah satu bentuk kesadaran berpolitik khususnya bagi masyarakat Jawa Barat yang demokratis. Menjelang pilkada Jawa Barat 2018-2023, setiap calon pasangan mempunyai strategi komunikasi politik dalam berkampanye, salah satu kampanye yang populer dengan kampanye melalui sosial media instagram untuk memberitahukan kepada masyarakat tentang visi dan misi Ridwan Kamil menjadi Gubernur Jawa Barat. Adapun penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi komunikasi politik yang digunakan oleh tim sukses Ridwan Kamil melalui media sosial instagram, yang meliputi strategi memahami khalayak, strategi menyusun pesan persuasif, strategi menetapkan metode, dan strategi memilah dan memilih media. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif studi kasus dengan desain kasus tunggal dan unit analisis tunggal. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, studi pustaka dan studi dokumentasi. Hasil dari penelitian ini yaitu tim sukses Ridwan Kamil dalam kampanye calon Gubernur efektif dan berhasil, dilihat dari segmentasi dan target kampanye di sosial media instagram, mayoritas followers Ridwan Kamil adalah anak muda. Strategi pesan persuasif yang dilakukan tim sukses Ridwan Kamil yaitu, dalam memberikan informasi isi pesan-pesan di dalamnya dengan membangkitkan (Attention) dan kegiatan (Action) melalui gaya visual sesuatu kegiatan, cerita materi yang membangkitkan khalayak di media sosial instagram, dan tema yang dihadirkan menarik, sehingga khalayak penasar, selalu teringat dan menyukai terhadap informasi yang disampaikan tim sukses Ridwan Kamil dalam media sosial instagram. Strategi menetapkan metode yang dilakukan oleh tim sukses Ridwan Kamil, yaitu pesan yang disampaikan dengan cara fun (menarik dan menghibur), kreatif dan bahasa yang santai agar mudah dipahami dan diterima oleh kaum milenial, dan secara berulang-ulang. Strategi memilah dan memilih media tim sukses Ridwan kamil berdasarkan, media sosial instagram karena jumlah followers pada akun sosial media instagram Ridwan Kamil mencapai jumlah 9jt, pengguna media sosial instagram semakin

meningkat dari waktu ke waktu, dan biaya oprasional kampanye lebih murah.

Kata kunci : Strategi, Komunikasi Politik, Media Sosial, Instagram

A. Pendahuluan

Konteks Penelitian

Pesta demokrasi di Provinsi Jawa Barat dalam Pemilihan Gubernur Jawa Barat yang dilakukan dalam kurun waktu pergantian lima tahun sekali, adalah salah satu bentuk kesadaran berpolitik khususnya bagi masyarakat Jawa Barat yang demokratis. Jika kita mendengar kata politik terkadang selalu menarik untuk dibicarakan, dalam ranah ini khususnya berpolitik, salah satu bentuknya adalah pilkada, sebagai wujud demokratisasi yang ada di Indonesia, khususnya Jawa Barat. Pemilihan Gubernur dilakukan berdasarkan pada prinsip pemungutan suara, yang diawasi langsung oleh Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD). Pemungutan suara ini melibatkan masyarakat Jawa Barat Kota/Kabupaten dalam menentukan Gubernur yang akan memimpin Jawa Barat selanjutnya di periode 2018 – 2023. Dalam pilkada saat ini untuk pasangan Ridwan Kamil dan UURuzhanul Ulum calon bakal Gubernur Jawa Barat selanjutnya untuk memimpin Jawa Barat di periode 2018 - 2023. Pemilihan Gubernur Jawa Barat ini, sangat cukup mengejutkan warga Jawa Barat dengan kehadiran sosok seorang Ridwan Kamil yang mencalonkan diri menjadi Gubernur Jawa Barat, karena sosok Ridwan Kamil yang sebelumnya dikenal menjabat sebagai Walikota Bandung kini mencalonkan diri untuk maju pada pemilihan Gubernur.

Keterlibatan tim sukses dalam merebut suara pemilih memiliki peran sangat penting, karena tim sukses lah yang berperang turun langsung ke masyarakat untuk mempromosikan calon yang hendak diangkatnya, baik

melalui media atau secara langsung, melalui tim sukses masyarakat dengan mengenalkan sosok pemimpinnya secara langsung dalam interaksi sosial yang akan terjadi maupun tim sukses tidak hanya mengenalkan Ridwan Kamil secara internal, adapun yang dilakukan kampanye melalui media *online* internet yang dilakukan salah satunya melalui media sosial instagram untuk memberitahukan informasi kepada masyarakat Jawa Barat tentang visi dan misi Ridwan Kamil agar masyarakat lebih mengenal dengan secara personal di dalam dunia maya.

Kita melihat sedikit ke belakang pemilihan gubernur DKI Jakarta tahun 2017 merupakan pemilihan paling ramai diwarnai kampanye lewat media internet salah satunya dengan melahirkan media sosial seperti Instagram. Salah satu yang sukses dengan kampanye menggunakan media sosial Instagram adalah memanfaatkan media Sosial sebagai alat kampanyenya dengan sangat efektif, Anthony Leong Selaku Koordinator relawan digital menyampaikan bahwa media sosial adalah sarana paling ampuh untuk berkampanye karena jumlah pengguna internet di Indonesia yang mencapai 63 juta orang dan didominasi pengguna aktif media sosial. Sungguh sangat mengejutkan keberadaan sosial media instagram saat ini, menurut hasil survei *WeAreSocial.net* dan *Hootsuite*, instagram merupakan platform media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak ke tujuh di dunia. Selain sebagai jejaring sosial untuk berbagi foto, Instagram digunakan untuk memasarkan produk bisnis.

Maka dari itu apakah mungkin tim sukses melakukan kampanye dengan strategi sekarang menggunakan media sosial instagram ini, berdasarkan

gambaran yang telah dipaparkan di atas, maka penulis tertarik meneliti sejauh mana tim sukses Ridwan Kamil dalam melakukan kampanye melalui strategi komunikasi politik di media sosial instagram menjelang pilkada 2018, dan mempertahankan citra Ridwan Kamil untuk ke depannya menjabat sebagai Gubernur Jawa Barat 2018-2023.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian sebagaimana dijelaskan di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi memahami khalayak yang dipakai oleh Tim Sukses Ridwan Kamil melalui media sosial Instagram.
2. Untuk mengetahui strategi menyusun pesan persuasif yang dipakai oleh Tim Sukses Ridwan Kamil adalah media sosial Instagram.
3. Untuk mengetahui strategi menetapkan metode yang dipakai oleh Tim Sukses Ridwan Kamil adalah media sosial Instagram.
4. Untuk mengetahui strategi memilih dan memilih media yang dipakai oleh Tim Sukses Ridwan Kamil adalah media sosial Instagram.

B. Landasan Teori

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah suatu rancangan dan tindakan mengkomunikasikan sesuatu kepada audience, agar bisa diterima dan dilakukan dari strategi komunikasi tersebut itu, agar dengan cara operasional tersebut dapat mendukung suatu organisasi tersebut. Menurut Effendy (2000:300) Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu

tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Demikianlah pula strategi komunikasi merupakan paduan dan perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen komunikasi (communication management) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi. Strategi komunikasi merupakan penentu berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif. Dengan demikian, strategi komunikasi, baik secara makro (planned multi-media strategi) maupun secara mikro (single communication medium strategi) mempunyai fungsi ganda.

Uses and Gratifications

Definisi teori Uses and Gratifications menurut para pendirinya, Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch, didalam Rakhmat (2012:203) Uses and Gratifications meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan.

Katz, Blumler, Gurevitch, (1974 : 20) asumsi dasar dari teori Uses and Gratifications,

1. Khalayak dianggap aktif, artinya, sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.

2. Dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif, untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada anggota khalayak.
3. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya, kebutuhan yang dipenuhi hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas, bagaimana kebutuhan itu terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan.
4. Banyak tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak, artinya orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu.
5. Penilaian tentang arti kultural dari media masa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayaknya” (dalam Ardianto 2012 :203).

Strategi Komunikasi Politik Menciptakan Kebersamaan

1. Memahami Khalayak
Komunikasi politik yang ditunjukkan kepada khalayak (rakyat) atau individu yang selalu berinteraksi dan berintelelasi dengan individu-individu lain dalam suatu wadah yang disebut masyarakat. Bahwa khalayak itu sama sekali tidak pasif melainkan sangat aktif, khalayak sesungguhnya menentukan bentuk dan isi pesan yang harus disusun oleh komunikator politik.
2. Menyusun Pesan Persuasif
Bertolak dari paradigma khalayak aktif di negara demokrasi, sesungguhnya khalayaklah yang

menentukan pesan politik yang harus disampaikan oleh para politikus dalam kampanye politiknya, baik dalam penggunaan retorika politik (pidato) maupun melalui media politik, pesan politik disusun setelah mengetahui kondisi khalayak, hal itulah yang disebut sebagai persuasi dalam arti sesungguhnya (positif). Menentukan tema dan meteri yang sesuai dengan kondisi dan situasi khalayak. “Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut ialah harus mampu membangkitkan perhatian, selain keinginan khalayak untuk menyaksikan politikus yang akan menyajikan pesan-pesan politik tersebut” (Arifin, 2011:248).

3. Menetapkan Metode

Memilih metode penyampaian dan metode menyusun isi pesan politik yang sesuai, pemilihan metode dan media ini harus disesuaikan dengan bentuk pesan, keadaan khalayak, fasilitas dan biaya. Penerapan metode tersebut dalam komunikasi politik dapat berupa metode redundancy atau repetition, yang dapat diartikan sebagai upaya memengaruhi dengan jalan mengulang-ngulang pesan politik kepada khalayak seperti yang dilakukan dalam iklan perusahaan yang menawarkan barang dan jasa di dalam siaran radio dan televisi. Khalayak akan lebih memeperhatikan pesan itu, karena pesan dilakukan berulang-ulang sehingga akan lebih menarik perhatian. “Khalayak tidak mudah melupakan pesan-pesan itu karena disampaikan secara berulang-ulang dengan metode repetition” (Arifin, 2011:252).

4. Memilih dan Memilah Media

Penggunaan medium (tunggal) atau media (jamak) dalam komunikasi politik, perlu dipilah dan dipilih dengan cermat untuk menyesuaikan dengan kondisi dan siatuasi khalayak, dengan memperhatikan sistem komunikasi politik di suatu negara bangsa. Hal ini

merupakan langkah strategis yang sangat penting, setelah mengenal khalayak, untuk penyusunan pesan dan menetapkan metode.

C. Hasil Penelitian

Setelah mendalami kasus di lapangan dengan hasil wawancara dan dokumentasi postingan instagram, peneliti menemukan bahwa instagram Ridwan Kamil dalam kampanyenya di bantu dengan beberapa akun instagram @rkjabarjuara dan @rindujabarjuara yang di pegang oleh koordinator media sosial Ridwan Kamil. Meskipun masing - masing akun instagram di pegang oleh tim sukses, Ridwan Kamil yang memiliki ide pada isi pesan postingan di instagram @rkjabarjuara dan @rindujabarjuara lalu di kemas oleh tim sukses sehingga menarik perhatian netizen masyarakat Jawa Barat melaksanakan program dalam mencapai tujuan (*goals*). Tim sukses Ridwan Kamil dalam kampanye calon Gubernur efektif dan berhasil, dilihat dari segmentasi dan target kampanye di sosial media instagram, mayoritas followers Ridwan Kamil adalah anak muda.

Strategi Memahami Khalayak Yang Digunakan Oleh Tim Sukses Ridwan Kamil Melalui Media Sosial Instagram

Bahwa khalayak sekarang aktif tidak pasif dengan kehadiran media sosial, bagaimana khalayak menerima pesan-pesan yang disampaikan dan memahami kata yang digunakan dalam penyampaian suatu pesan, dari situ tim sukses memahami khalayak karena kebanyakan anak – anak usia muda yang sering aktif menggunakan media sosial instagram sebagai media interaksi dan mendapatkan informasi dengan sesama pengguna media sosial instagram lainnya, dan memahami

pesan – pesan yang diberikan sesuai dengan segmentasinya khalayak masing – masing.

Mayoritas pengguna media sosial instagram adalah anak muda, yang dijelaskan dalam hasil wawancara dibawah 35 tahun. Dilihat dari letak geografis dari alat segmentasi tim sukses, tim sukses sangat memahami khalayak yang akan menjadi target sasaran tepatnya adalah anak muda, tim sukses meyakini bahwa followers Ridwan Kamil yang mayoritas berdomisili di wilayah Jawa Barat, serta mengetahui anak - anak muda yang kreatif, sehingga berkampanye dengan menggunakan media sosial instagram diyakini akan lebih efektif dan berpeluang memenangkan dalam pemilihan Gubernur.

Strategi memahami khalayak yang digunakan oleh tim sukses Ridwan Kamil melalui media sosial instagram, tim sukses Ridwan Kamil sudah men-Targetkan sasaran di media sosial instagram dengan pemilih dibawah 35 tahun dan pemilih pemula, karena diindikasikan pemilih di bawah umur 35 tahun (anak muda/kaum milenial) hampir semuanya memiliki sosial media instagram pada saat ini

Strategi Menyusun Pesan Persuasif yang Digunakan oleh Tim Sukses Ridwan Kamil melalui Media Sosial Instagram

Akun sosial media instagram Ridwan Kamil, menggunakan tema semangat anak muda terlihat dari gaya visual dengan menggunakan warna – warna cerah, dan komposisi gambar yang menyinggung *trend* anak muda, selain gaya visual yang menarik bahasa yang digunakan dalam isi postingan tersebut menggunakan pendekatan yang humoris, sehingga mudah diterima oleh

netizen milenial. Hal tersebut dilakukan untuk membangkitkan perhatian yang menjadi minat *follower*. Hal lain yang terdapat dalam akun Instagram Ridwan Kamil yaitu memberikan cerita materi dengan informasi wilayah suatu daerah seperti letak geografis pada daerah tersebut, sejarah daerah, perekonomian, pariwisata didaerahnya, seni dan budaya, dan kuliner untuk memberikan gambaran potensi yang bilamana Ridwan Kamil terpilih menjadi Gubernur Jawa Barat bisa menjalankan program kerjanya. Melalui postingan di sosial media instagram *netizen* yang berlokasi di setiap daerah akan memperhatikan dan memberikan usulan di kolom komentarnya Ridwan Kamil. membuat tema – tema yang dihadirkan dengan mengusung konsep memotivasi dan ajakan untuk berani berbuat sesuatu yang lebih baik terlihat pada gambar di atas. Sehingga memberikan ajakan kepada khalayak luas khususnya yang menjadi *follower* akun sosial media instagram Ridwan Kamil.

Pesan yang dikemas dan diposting dalam sosial media instagram ini tidak hanya membuat pembahasan kepada publik dengan gaya visual, cerita materi dan tema dihadirkan. Tetapi dengan tolak ukur pada setiap postingan yang masyarakat lihat pun menyukai nya sudah tim sukses lihat untuk meyakinkan dalam memenangkan pemilihan Gubernur ini. Dengan gaya Kang Ridwan Kamil yang anak muda banget merasa bahwa masyarakat akan lebih dekat dengan Kang Ridwan Kamil

Strategi Menetapkan Metode yang Digunakan oleh Tim Sukses Ridwan Kamil melalui Media Sosial Instagram

Memilih metode penyampaian dan metode menyusun isi pesan politik

yang sesuai, pemilihan metode dan media ini harus disesuaikan dengan bentuk pesan, keadaan khalayak, fasilitas dan biaya. Pesan yang disampaikan menggunakan metode fun, kreatif dan bahasa yang santai agar mudah dipahami dan diterima oleh kaum *milenial*, menurut analisis peneliti metode yang digunakan sangat tepat karena tim sukses sosial media Ridwan Kamil sudah mengetahui bahwa mayoritas *follower* adalah kaum *milenial* sehingga meningkatkan minat untuk memilih Ridwan Kamil sebagai Gubernur Jawa Barat.

Melalui sosial media instagram Ridwan Kamil dengan pendekatan fun dalam arti memberikan kegembiraan kepada *netizen milenial* sehingga saat melihat postingan tidak merasa bosan, isi pesan yang di sampainya pun dengan cara yang humoris agar menarik perhatian, selanjutnya penggunaan *hashtag* yang konsisten dalam setiap isi postingan di akun instagram Ridwan Kamil membantu untuk mempermudah dalam memberi gagasan, visi, dan misi. Dengan menggunakan *hashtag* pada setiap pesan ini untuk lebih menegaskan tentang arti postingan agar khalayak lain mudah dalam pencarian topik yang dituju.

Metode selanjutnya yang digunakan oleh tim sukses Ridwan Kamil dengan melibatkan beberapa *Public Figure* sebagai cara untuk memperluas untuk mengenalkan Ridwan Kamil dalam beberapa program kerjanya sehingga khalayak menimbulkan rasa keingintahuan yang lebih tentang informasi mengenai Ridwan Kamil. Beberapa *Public Figure*. *Public Figure* yang mendukung dalam suatu kampanye melalui media Instagram dapat dipastikan mempunyai *Follower* yang tidak sedikit, apalagi *Public Figure* tersebut sangat populer di

Indonesia, hal ini sudah barang tentu menjadi point positif untuk Ridwan Kamil dengan tim suksesnya untuk melakukan kampanye melalui media sosial Instagram.

Strategi Memilah dan Memilih Media yang Digunakan oleh Tim Sukses Ridwan Kamil melalui Media Sosial Instagram

Memilih sosial media instagram sangat efektif karena jumlah followers pada akun sosial media instagram Ridwan Kamil mencapai jumlah 9 jt, Pengguna Instagram yang memang menjadi fokus kampanye di media sosial yaitu pemilih pemula dan milenial. Tim sukses sudah me-maintain followers @ridwankamil yang sudah ada dan memang paling banyak di semua media sosial, yaitu Instagram. meskipun materi yang disampaikan terbatas durasi untuk video, dan foto yang maksimalnya hanya 10 *slide* di tiap *post*. Belum adanya *tools 3rd party* yang sesuai untuk melakukan engagement komentar.

Pengaruh sosial media instagram sangat dahsyat untuk mempengaruhi khalayak luas perkembangannya dengan menggunakan strategi komunikasi politik melalui sosial media instagram ini karena dilihat menurut tim sukses Ridwan Kamil daripada terlalu banyak pemasangan baligo akan menghamburkan biaya dan dampak kepada khalayak luas menjadi sampah, dan sosial media instagram ini mempermudah tim sukses berkampanye tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab

sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan atas penelitian “Analisis Strategi Komunikasi Tim Sukses Ridwan Kamil Dalam Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2018-2023” sebagai berikut:

1. Strategi Memahami Khalayak

Tim sukses Ridwan Kamil sudah mengetahui dan memahami segmentasi dan target kampanye di sosial media instagram, yaitu sebagai berikut; mayoritas pengguna media sosial instagram yang menjadi followers Ridwan Kamil adalah anak muda, yang dijelaskan dalam hasil wawancara dibawah 35 tahun, dilihat dari letak geografis dari alat segmentasi tim sukses, dan berdomisili sebagian besar di wilayah Jawa Barat, sehingga tim sukses Ridwan Kamil memahami betul dalam menentukan target kampanyenya.

2. Strategi Penyusunan Pesan Persuasif

Strategi pesan persuasif yang dilakukan tim sukses Ridwan Kamil yaitu, dalam memberikan informasi isi pesan-pesan di dalamnya dengan membangkitkan (*Attention*) dan kegiatan (*Action*) melalui gaya visual sesuatu kegiatan, cerita materi yang membangkitkan khalayak di media sosial instagram, dan tema yang dihadirkan menarik, sehingga khalayak penasaran, selalu teringat dan menyukai terhadap informasi yang disampaikan tim sukses Ridwan Kamil dalam media sosial instagram. Pesan-pesan megedepankan sosok Ridwan Kamil yang kekinian dan berjiwa muda, sehingga *followers-followers* instagram Ridwan Kamil menyukai sosok Ridwan Kamil lewat pesan media sosial Instagram yang disampaikan oleh tim sukses dan mau memilih Ridwan Kamil dalam pemilihan Gubernur.

3. Strategi Menetapkan Metode Strategi menetapkan metode

yang dilakukan oleh tim sukses Ridwan Kamil, yaitu pesan yang disampaikan dengan cara *fun* (menarik dan menghibur), kreatif dan bahasa yang santai agar mudah dipahami dan diterima oleh kaum milenial, dan secara berulang-ulang menggunakan hashtag, yang dari setiap isi postingannya.. Terdapat tiga pola metode yang digunakan oleh tim sukses Ridwan Kamil, yakni Memperkenalkan Ridwan Kamil, Memperkenalkan program kerja Ridwan Kamil, dan Memastikan *audience* datang ke TPS untuk memilih Ridwan Kamil.

4. Strategi Memilah dan Memilih Media

Strategi memilah dan memilih media tim sukses Ridwan kamil berdasarkan, media sosial instagram sangat efektif karena jumlah followers pada akun sosial media instagram Ridwan Kamil mencapai jumlah 9jt, Pengguna Instagram yang memang menjadi fokus kampanye di media sosial yaitu pemilih pemula dan milenial. Tim sukses sudah memaintain *followers @ridwankamil* yang sudah ada dan memang paling banyak di semua media sosial, yaitu Instagram. meskipun materi yang disampaikan terbatas durasi untuk video, dan foto yang maksimalnya hanya 10 slide di tiap postingan tetapi cukup menarik untuk di ikuti, pengguna media sosial instagram semakin meningkat dari waktu ke waktu, dan biaya opearsiaonal kampanye lebih murah.

DAFTAR PUSTAKA

Arifin, Anwar. 2011. Komunikasi Politik Filsafat, Paradigma, Teori, Tujuan, Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia. Yogyakarta. Graha Ilmu

Cangara, Hafied. 2013. Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Jakarta: PT

Raja Grafindo Persada

Hikmat, Mahi M. 2010. Komunikasi Politik. Teori dan Praktik. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

J. Moleong, Lexy. 2011. Metodologi Penelitian Kualitatif. Banudng: Remaja Rosdakarya

K. Yin, Robert. 2015. STUDI KASUS: Desain & Metode. Jakarta: RajaGrafindo Persada

Baswori dan Suwandi. 2008. Memahami Penelitian Kualitatif. Jakarta: PT Asdi Mahasatya.

Effendy, Onong Uchjana. 2003. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

Mulyana, Deddy. 2013. Metode Penelitian Komunikasi: Contoh-contoh Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Tabroni. 2012. Komunikasi Politik Pada era Multimedia. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

Zarella. Dan. 2010. The Social Media Marketing Book. Jakarta: Serambi.

Rakhmat, Jalaluddin. 2012. Psikologi Komunikasi. Cetakan keduapuluhtujuh. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.