

Komponen Kampanye Rindu dalam Pemilihan Daerah di Tingkat Provinsi Jawa Barat

Component Of "Rindu" Campaign In The Regional Elections At The West Java Provincial Level

(Descriptive Study Of The Component "RINDU" Campaign In The Regional Elections At The West Java Provincial Level 2018 In Bandung Regency)

¹Hapidz Jaelani, ²Dr. Dede Lilis Chaerowati.,

^{1,2}*Prodi Ilmu Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

email: ¹hapidzj47@gmail.com, ²dede.lilis@unisba.ac.id

Abstract: General Election (Election) is the process of selecting people to fill positions in the government. These positions are diverse, ranging from the President, People's Representatives at various levels of government, to the Village Head. Elections are a means for participating the people in a persuasive manner (not coercive) to the government, so that they truly realize the principles of democracy in its implementation. In each election of regional heads, especially in the province of West Java, each candidate pair must carry out a campaign, which aims to persuade or get sympathy from the community. Which finally gave the vote (voting rights) to the candidate pair. The purpose of this study was to find out the campaign components used by the Campaign Team to win the RINDU pair (Ridwan Kamil and Uu Ruzhanul Ulum) starting from how to determine campaign sources, design campaign messages, determine campaign channels, determine campaign targets, to the expected effects towards the community. The method chosen to conduct research on the components of the RINDU partner campaign the authors chose a quantitative method. The approach used in this study is descriptive. And the collection techniques used in this study are interviews, observations, documentation and literature. From the results of research conducted by researchers there are five campaign components used in the practice of campaign activities namely determining campaign sources must have credibility and expertise, campaign message content, media used namely mass media, print media and interpersonal communication, determine campaign goals and on this campaign the targets of the RINDU campaign were mothers, first-time voters, millennial youth and Islamic boarding schools, and the expected effects of this campaign activity, namely the campaign targets could give their voting rights to the RINDU pair at the time of the election.

Keywords: General Election, Managemet Campaign

Abstrak: Pemilihan Umum (Pemilu) adalah proses pemilihan orang-orang untuk mengisi jabatan-jabatan didalam pemerintahan. Jabatan-jabatan tersebut beraneka-ragam, mulai dari Presiden, Wakil Rakyat diberbagai tingkat pemerintahan, sampai Kepala Desa. Pemilu sebagai sarana untuk berpartisipasi rakyat secara persuasif (tidak memaksa) kepada pemerintah, sehingga benar mewujudkan prinsip demokrasi dalam pelaksanaannya. Pada setiap pemilihanan kepala daerah terkhusus di provinsi Jawa Barat setiap pasangan calon pasti melakukan sebuah kampanye, yang tujuannya untuk mempersuasi atau mendapatkan simpatik dari masyarakat. Yang akhirnya masyarakat memberikan vote (hak suara) nya kepada pasangan calon tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui komponen-komponen kampanye yang digunakan Tim Kampanye pemenangan pasangan RINDU (Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum) mulai dari bagaimana menentukan sumber kampanye, merancang pesan kampanye, menentukan saluran kampanye, menentukan sasaran kampanye, sampai kepada efek yang diharapkan terhadap masyarakat. Metode yang dipilih untuk melakukan penelitian mengenai komponen kampanye pasangan RINDU ini penulis memilih metode kuantitatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Dan teknik pengumpulan yang digunakan pada penelitian ini yaitu wawancara, obeservasi, dokumentasi dan studi pustaka. Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti ada lima komponen kampanye yang digunakan dalam praktik kegiatan kampanye yakni menentukan sumber kampanye harus memiliki kredibilitas dan keahlian, isi pesan kampanye, media yang digunakan yaitu media massa, media cetak dan komunikasi antarpribadi, menentukan sasaran kampanye dan pada kampanye ini sasaran kampanye RINDU adalah ibu-ibu, pemilih pemula, pemuda milenial dan kaum pesantren, serta efek yang diharapkan dari kegiatan kampanye ini yaitu para sasaran kampanye dapat memberikan hak suaranya kepada pasangan RINDU pada saat pemilihan.

Kata Kunci: Pemiluhan Umum, Manajemen Kampanye.**A. Pendahuluan**

Didalam politik dikenal sebuah istilah yaitu pemilu. Pemilihan Umum (Pemilu) adalah proses pemilihan orang-orang untuk mengisi jabatan-jabatan didalam pemerintahan. Jabatan-jabatan tersebut beraneka-ragam, mulai dari Presiden, Wakil Rakyat diberbagai tingkat pemerintahan, sampai Kepala Desa. Pemilu sebagai sarana untuk berpartisipasi rakyat secara persuasif (tidak memaksa) kepada pemerintah, sehingga benar mewujudkan prinsip demokrasi dalam pelaksanaannya.

Ada beberapa faktor mengapa perhelatan pemilihan kepala daerah (Pilgub) provinsi Jawa Barat (Jabar) 2018 ini begitu menyita perhatian publik. *Pertama*, kemungkinan karena munculnya sejumlah tokoh penting yang ikut menjadi peserta pilkada dan dinamika selama proses pencalonannya. Perhatian nasional juga tertuju pada tokoh-tokoh di Jabar tersebut hingga mendapatkan sorotan yang lebih besar dari media. *Kedua*, Jabar adalah miniatur Indonesia. Peneliti komunikasi politik dari Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Karim Suryadi memandang bahwa Jawa Barat sebagai instrumen penting politik elektoral pada skala nasional. Itu sebabnya, Jawa Barat mendapatkan perlakuan khusus oleh semua partai politik yang berkepentingan (Anonim, Tribun Jabar.com, 31 Maret 2018).

Pada setiap pemilihan kepala daerah terkhusus di provinsi Jawa Barat setiap pasangan calon pasti melakukan sebuah kampanye, yang tujuannya untuk mempersuasi atau mendapatkan simpatik dari masyarakat. Yang akhirnya masyarakat memberikan vote (hak suara) nya kepada pasangan calon tersebut. Oleh sebab itu, pasangan calon Ridwan kamil dan Uu Ruzhanul Ulum pun beserta tim pemenangannya melakukan sebuah

strategi kampanye yang bernamakan kampanye hijau dengan slogan “Jabar Juara”. Keberhasilan pasangan RINDU menang dalam pemilihan kepala daerah tingkat provinsi Jawa Barat 2018 ini salah satunya tidak terlepas dari kampanye. Menurut Rogers dan Synder, Pelaksanaan kampanye juga terkait dengan bagaimana pesan disampaikan agar mengenai target audiensnya, dan dibalik kesuksesan setiap kampanye, selalu hadir para perancang pesan yang sensitif dan kreatif (Venus, 2009: 71).

Untuk memperjelas arahan kampanye, agar kampanye benar-benar mengenai sasaran, para kandidat baik yang berasal dari partai politik maupun yang independen, secara umum memiliki tujuan yang sama yaitu:

1. Membangkitkan kesetiaan alami para pengikut suatu partai agar mereka merasa yakin untuk memilih kandidat yang ditampilkan partai yang didukungnya.
2. Menjajagai warga negara yang tidak terikat pada suatu partai atau mengidentifikasi kelompok independen untuk mengukur sejauhmana partisipasi mereka terhadap pemilihan. Dalam penjajagan ini, kandidat berusaha mengalihkan perhatian dan sikap kelompok independen kepada sikap mendukung kandidat dari partai tertentu (Hirzi, 2008: 137).

Berdasarkan pemaparan diatas maka penulis akan mencermati fenomena kampanye pasangan Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum (RINDU) dengan meneliti komponen-komponen kampanye yang dilakukan oleh pasangan Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum (RINDU). Perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: *“Bagaimana Komponen Kampanye*

Pasangan RINDU dalam Pemilihan Kepala Daerah Tingkat Provinsi Jawa Barat?”. Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dalam sumber kampanye pasangan RINDU dalam pemilihan kepala daerah di Jawa Barat.
2. Untuk mengetahui pengemasan pesan kampanye pasangan RINDU dalam pemilihan kepala daerah di Jawa Barat.
3. Untuk mengetahui pemanfaatan saluran kampanye pasangan RINDU dalam pemilihan kepala daerah di Jawa Barat.
4. Untuk mengetahui penentuan sasaran/target kampanye pasangan RINDU dalam pemilihan kepala daerah di Jawa Barat.
5. Untuk mengetahui efekmasyarakat padapasangan RINDU dalam pemilihan kepala daerah di Jawa Barat.

B. Landasan Teori

Model ini cukup populer karena sifatnya yang fleksibel untuk diterapkan pada berbagai jenis kampanye, baik kampanye produk, kampanye politik, maupun kampanye sosial. Model ini mengambil komponen-komponen pokok yang terdapat dalam suatu proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan kampanye. Unsur-unsur yang terdapat di dalamnya meliputi: sumber kampanye, saluran, pesan, penerima kampanye, efek dan umpan balik. Unsur-unsur ini harus dipandang suatu kesatuan yang mendeskripsikan dinamika kampanye.

Dalam model kampanye diatas bahwa sumber memiliki peran yang dominan. Ia secara aktif mengkontruksi pesan yang ditujukan untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak. Pesan-pesan tersebut disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi seperti

media massa, media tradisional ataupun saluran personal. Ketika pesan-pesan diterima khalayak diharapkan muncul efek perubahan pada diri mereka. Terjadi atau tidaknya efek perubahan tersebut dapat diidentifikasi dari umpan balik yang diterima sumber. Umpan balik untuk mengukur efektivitas kampanye dapat muncul dari pesan itu sendiri, saluran yang digunakan atau respon penerima. Akhirnya dapat dikatakan bahwa keseluruhan proses kampanye tidak terlepas dari gangguan (*noise*). Sumber dapat mengidentifikasi potensi gangguan tersebut pada semua komponen kampanye yang ada (Venus, 2009: 14).

1. Sumber Kampanye

Sumber kampanye atau komunikator politik adalah Partisipan yang dapat menyampaikan atau memberikan informasi tentang hal-hal yang mengandung makna atau bobot politik. Sumber kampanye dapat dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu, misalnya seorang ahli atau seorang yang di percaya dan memiliki kredibilitas dimata penerima pesan.

Tim kerja kampanye terbagi dalam dua kelompok: pertama, *leaders* (pemimpin atau tokoh-tokoh), yaitu koordinator pelaksana, penyandang dana, dan pelaksana teknis. Kelompok kedua, adalah supporter yaitu lapangan kader, simpatisan, penyumbang, dan yang meraimakan acara kampanye.

2. Pesan

Pesan politik adalah pernyataan yang disampaikan, baik secara tertulis maupun tidak tertulis, baik secara verbal maupun non-verbal, tersembunyi maupun terang-terangan, baik yang disadari maupun tidak disadari yang isinya mengandung bobok

politik. Yaitu bagaimana agar setiap pesan politik yang disampaikan dapat dimengerti oleh setiap anggota ataupun masyarakat. Pesan juga dapat dibagi kedalam tiga fungsi yaitu: menumbuhkan kesadaran, mempengaruhi dan meyakinkan penerima pesan bahwa pilihan atau tindakan mereka adalah benar.

3. Saluran atau Media politik

Saluran atau media Politik adalah alat atau sarana yang dipergunakan oleh para komunikator politik dalam menyampaikan pesan politiknya. Dimana setiap kegiatan ataupun pesan yang ingin disampaikan oleh partai politik di tampilkan disetiap media politik. Saluran yang digunakan dapat bermacam-macam tergantung karakteristik kelompok penerima dan jenis pesan kampanye.

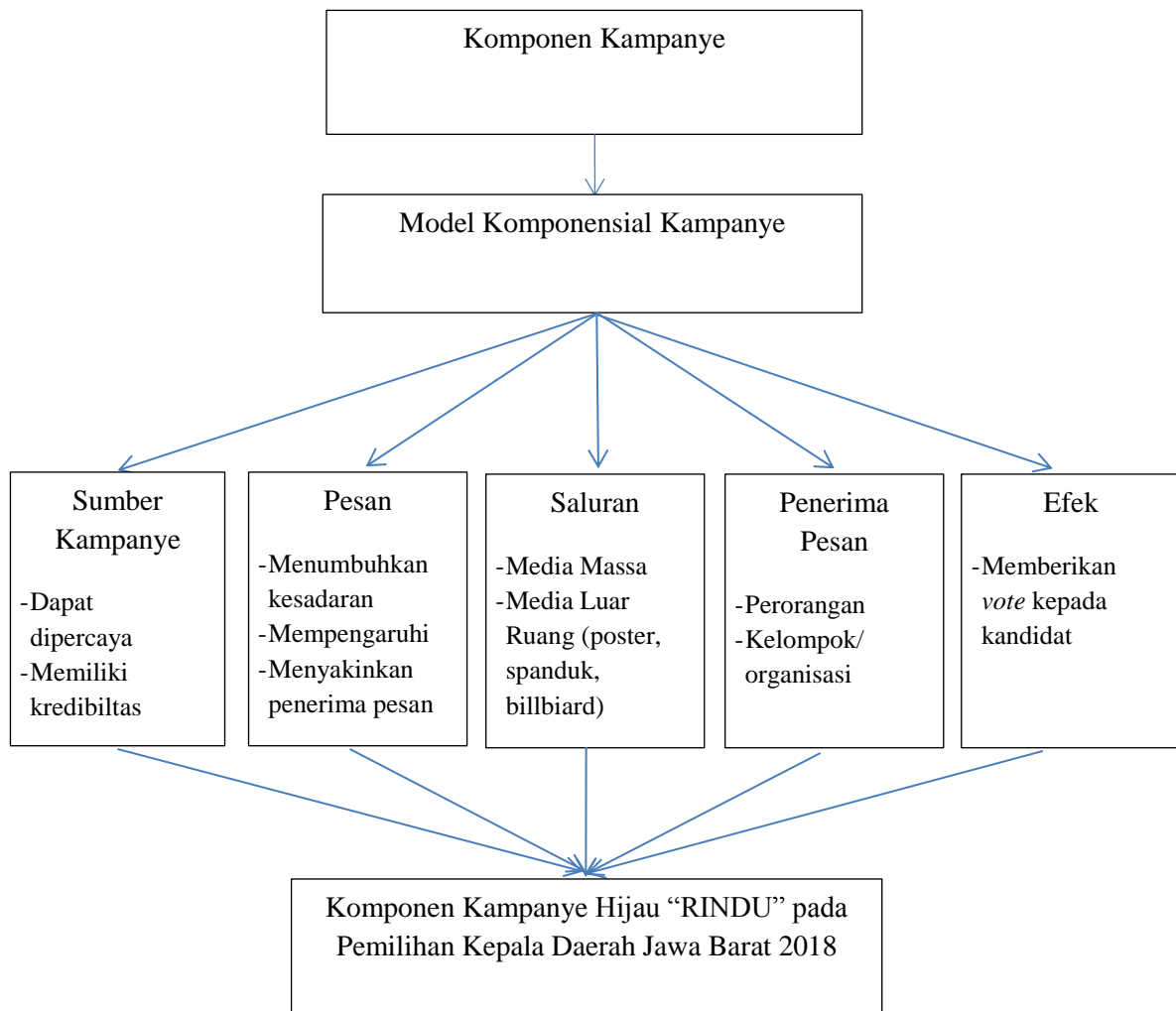
4. Sasaran atau Target Politik

Sasaran atau target politik adalah anggota masyarakat yang diharapkan dapat memberi dukungan dalam bentuk pemberian suara (*vote*) kepada partai atau kandidat dalam Pemilihan Legislatif.

5. Efek

Terjadinya efek berupa perubahan pada diri khalayak bisa diidentifikasi dari umpan balik yang diterima sumber kampanye. (Venus, 2009: 14) Umpan balik yang ditimbulkan dalam proses komunikasi memberikan gambaran kepada komunikator tentang seberapa berhasil komunikasi yang dilakukannya. Jadi, umpan balik (*feedback*) merupakan satu-satunya elemen yang dapat “*menjudge*” apakah komunikasi

yang telah berlangsung berhasil atau gagal. (Susanto, 2006: 5).



Sumber: Modifikasi Penulis, 2018

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dari hasil penelitian mengenai permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya yaitu mengenai “Komponen Kampanye Pasangan RINDU dalam pemilihan kepala daerah tingkat Provinsi Jawa Barat”. Di mana, dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penulisan deskriptif. Kemudian, dalam penelitian ini ada beberapa orang yang menjadi sumber atau informan yaitu seorang Koordinator Relawan, dan tiga orang relawan pada Tim Kemenangan Pasangann RINDU. Empat orang tersebut terpilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yaitu dimana keempat orang tersebut memiliki pengalaman dan

berkecimpung di dalam Tim Kemenangan tersebut.

Sumber Kampanye

Bahwa salah satu unsur yang terdapat dalam komponen kampanye yang terpenting adalah sumber kampanye. Dimana pada penelitian kali ini, penulis menemukan bahwa yang menjadi sumber kampanye pada Tim Kemenangan pasangan “RINDU” adalah para kandidat itu sendiri yaitu Bapak Ridwan Kamil dan Bapak Uu Ruzhanul Ulum, para juru kampanye, dan partai-partai politik yang terlibat dalam Tim Kemenangan pasangan “RINDU” ini. Sumber kampanye atau komunikator politik adalah partisipan

yang dapat menyampaikan atau memberikan informasi tentang hal-hal yang mengandung makna atau bobot politik. Sumber kampanye dapat dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu, misalnya seorang ahli atau seorang yang di percaya dan memiliki kredibilitas dimata penerima pesan (Venus, 2009: 14).

Melihat dari penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa pasangan "RINDU" yaitu Bapak Ridwan Kamil dan Bapak Uu Ruzhanul Ulum, para juru kampanye, dan partai-partai politik yang terlibat dalam Tim Kemenangan pasangan "RINDU" ini adalah orang-orang yang dapat di percaya dalam memberikan informasi mengenai informasi politik yang disampaikan kepada masyarakat, terutama dalam berkampanye agar masyarakat yang mendengar maupun melihat aksi mereka dalam berkampanye dapat memiliki perubahan pandangan agar mau memilih dan memberikan hak suaranya untuk pasangan "RINDU" ini. Selain dapat dipercaya, orang-orang ini pun merupakan orang-orang yang memiliki sebuah kredibilitas di tengah masyarakat, mereka menggunakan kredibilitasnya ini untuk lebih meyakinkan masyarakat jika pasangan "RINDU" memang layak untuk dipilih oleh masyarakat.

Bahwa komponen kampanye pasangan "RINDU" dalam pemilihan kepala daerah Jawa Barat ini melakukan unsur sumber kampanye yang menggunakan orang-orang yang dapat dipercaya dan memiliki kredibilitas di tengah masyarakat. RINDU selaku kampanye harus memperhitungkan kredibilitas dirinya dimata khalayak apabila ingin pesan yang disampaikan didengarkan dan diterima khalayak. Khalayak akan menilai apakah pelaku kampanye dapat dipercaya atau apakah secara moral mereka dapat diandalkan.

Serta pelaku kampanye pun harus dapat menilai diri sendiri apakah dapat dipercaya atau tidak oleh khalayak.

Pesan

Pada dasarnya pesan kampanye ini dapat disampaikan dalam berbagai bentuk mulai dari poster, spanduk, baligo (billboard) pidato, diskusi, iklan, hingga selebaran. Apapun bentuknya, pesan-pesan selalu menggunakan simbol, baik verbal maupun nonverbal (Venus, 2009: 14).

Dalam komunikasi politik, pesan yang bersifat persuasif ditujukan untuk mengubah persepsi, pendapat, sikap dan perilaku khalayak. Pada hakekatnya pesan adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan terus menerus serta diorganisasikan untuk menyampaikan informasi. Keberadaan visi misi kandidat merupakan sejumlah gagasan untuk melakukan perbaikan-perbaikan yang mendasar dalam segala bidang terutama yang dapat dirasakan masyarakat luas. Visi misi dianggap sebagai sebuah senjata sebelum memasuki pertempuran yang sesungguhnya. Dengan mempersiapkan visi misi yang mudah dikenali dan sesuai dengan yang diinginkan masyarakat diharap akan mampu meraih hati pemilih.

Visi misi yang ditawarkan calon kepala daerah dapat bermakna sebagai sebuah perubahan, perbaikan-perbaikan dan pencerahan bagi kepentingan masyarakat. Isu perubahan, perbaikan selalu dijadikan alasan pokok dalam merumuskan visi misi.

Pesan yang ingin disampaikan Tim Kampanye "RINDU" pada kampanye Pilgub tahun 2018 ini adalah keberhasilan-keberhasilan atas pemerintahan Ridwan Kamil ketika menjabat sebagai walikota Bandung, sehingga diangkatlah *tag line* "Jabar Juara", Tim Kampanye mengajak masyarakat untuk melanjutkan dan menerapkan program-program dan

keberhasilan-keberhasilan pada masa menjadi walikota Bandung.

Dapat dikatakan bahwa dari pesan yang dipilih oleh Tim Kemenangan Kampanye “RINDU” ini merupakan pesan kampanye yang dapat mempengaruhi kesadaran untuk mempengaruhi dimana pesan yang disampaikan berisikan keberhasilan-keberhasilan atas pemerintahan Ridwan Kamil ketika menjabat sebagai walikota Bandung, sehingga diangkatlah *tag line* “Jabar Juara”. Dipilihnya *tag line* ini pun agar pesan yang disampaikan bisa langsung diterima dan dapat meyakinkan masyarakat agar dapat memberikan hak suaranya kepada pasangan “RINDU”.

Saluran Kampanye

Media yang sering digunakan saat kampanye adalah media massa. Media massa cenderung ditempatkan sebagai saluran komunikasi utama karena hanya lewat media inilah khalayak dalam jumlah yang besar dapat diraih. Karena media massa memiliki kemampuan untuk mempersuasi khalayak. Terkait dengan kemampuan media massa dalam mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku khalayak, Klapper (Venus, 2006: 84). Selain melakukan pemasangan iklan di media cetak dan elektronik, pasangan RINDU juga banyak menggunakan media lain seperti baliho, spanduk, poster ataupun leaflet yang dipasang di berbagai wilayah di kabupaten Bandung dari perkotaan sampai wilayah di pedesaan. Selain baliho, spanduk, poster dan leaflet pasangan RINDU juga membuat kaos bergambarkan kandidat dan di bagi-bagikan kepada simpatisan dan calon pemilih.

Untuk dapat menarik massa yang berasal dari pedesaan diperlukan sekali cara-cara persuasif, antara lain adalah dengan melakukan pendekatan terhadap para tokoh masyarakat,

pemimpin agama maupun pemimpin dalam masyarakat. Hal ini dilakukan karena banyak warga masyarakat yang masih percaya dan patuh kepada para tokoh masyarakat atau orang yang dianggap berpengaruh di desa.

Selain berkampanye dengan menggunakan media, Tim Kampanye pemenang pasangan RINDU pun melakukan komunikasi kelompok seperti: Diskusi, seminar, dan pertemuan dengan warga.

Sasaran Kampanye

Bahwa pada Tim Pemenangan Pasangan “RINDU” memang memiliki sasaran tersendiri, dimana untuk sasaran khalayak kampanye dari Tim Kampanye pemenang pasangan RINDU ini adalah pemuda, pemilih pemula, pemuda milineal, ibu-ibu, dan kaum pesantren. Ketika dilihat di daerah Jawa Barat pun dapat diketahui bahwa masyarakat Jawa Barat sebgaiian besar beragama islam dan di Jawa Barat banyak sekali didirikan pesantren, maka kaum pesantren Jawa Barat menjadi salah satu sasaran dari kampanye yang di lakukan.

Dapat dikatakan bahwa, yang menjadi sasaran untuk penerima pesan kampanye yang dilakukan oleh Tim Kemenangan terdiri perorangan dan juga sebuah kelompok atau organisasi. Dimana untuk perorangan terdiri dari pemilih pemula dan ibu-ibu. Untuk sebuah kelompok terdiri dari beberapa kaum pesantren yang ada di Jawa Barat. Jawa Barat merupakan provinsi dengan jumlah penduduk yang besar tentunya mempengaruhi jumlah perolehan suara juga, dan mempengaruhi pola strategi dari para pasangan calon termasuk kepada pasangan RINDU sendiri. Dengan banyaknya jumlah penduduk sehingga dana yang dikeluarkanpun menjadi lebih banyak. Karena semakin banyak jumlah masyarakat yang harus dijangkau dan diyakinkan, maka akan

semakin mahal biaya yang harus dikeluarkan.

Efek

Efek merupakan sebuah perubahan yang timbul dari umpan balik yang diterima sumber, termasuk pada sebuah kampanye. Sebuah kampanye pastinya dibuat untuk menghasilkan sebuah efek atau perubahan yang dibuat agar sesuai dengan harapan dari Tim Kampanye. Efek kampanye yang diharapkan timbul oleh para Tim Kemenangan Pasangan “RINDU” adalah agar para calon pemilih bisa memberikan hak suaranya untuk memilih pasangan “RINDU”. Kampanye yang dilakukan merupakan suatu tindakan yang dirancang dengan memberikan informasi-informasi yang berisikan mengenai apa yang akan dilakukan kedepannya dan apa yang pernah dilakukan sebelumnya oleh kedua kandidat yang menjadi pasangan “RINDU” ini. Ini dimaksudkan agar dapat menimbulkan efek yang merubah sudut pandang para pemilih agar melihat sisi baik yang akan maupun pernah dilakukan oleh para kandidat yang tergabung menjadi pasangan “RINDU” ini.

D. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat peneliti ambil berdasarkan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya pada bab VI, komponen kampanye yang digunakan dalam praktik kampanye yakni, sumber kampanye (komunikator), pesan, saluran (media), sasaran kampanye dan efek yang diharapkan dari adanya kampanye.

1. Sumber atau komunikator dari kegiatan kampanye yang memiliki kredibilitas dan dapat dipercaya. Kredibilitas adalah seperangkat *perseps communicate*

tentang sifat-sifat komunikator, dari pengertian kredibilitas ini terdapat dua alat ukur yaitu keahlian dan kepercayaan sebagai pelaku tindakan komunikasi melalui kegiatan kampanye yang mencakup keseluruhan proses dan fenomena praktik kampanye yang terjadi dilapangan. Seorang komunikator perlu memperhatikan kredibilitas dirinya sendiri diantaranya mengenai keahlian dan kepercayaan, dimana kredibilitas ini berkaitan dengan persepsi khalayak tentang keefektifan seseorang sebagai penyampai pesan kampanye.

2. Isi pesan, mulai dari materi pendukungnya, visualisasi pesan serta pendekatan emosional. Jika dikaitkan dengan berbagai aspek isi pesan bahwa data riset yang dimiliki pasangan RINDU merupakan materi pendukung bagi kegiatan kampanyenya. Menyampaikan akan keberhasilan Ridwan Kamil saat menjadi walikota Bandung menjadi kunci pada kampanye ini, sehingga diangkatnya slogan “Jabar Juara”.
3. Media yang digunakan oleh pasangan RINDU dalam kegiatan kampanye ini yaitu media massa mulai televisi, radio, koran. Dan media luar ruang poster, spanduk, sticker, billboard, kaos. Serta komunikasi kelompok seperti diskusi, seminar dan pertemuan dengan warga. Dalam program kampanye harus ditentukan terlebih dahulu aspek-aspek media yang digunakan sebagai saluran kampanye berupa jangkauan, tipe khalayak dan tujuan komunikasi.

4. Sasaran kampanye pasangan RINDU yaitu kalangan ibu-ibu, pemuda milenial, pemilih pemula dan kaum pesantren. Pelaku kampanye umumnya menyadari bahwa khalayak merupakan titik tolak bagi setiap kegiatan kampanye. Pengetahuan tentang khalayak akan membimbing pelaku kampanye dalam merancang “pesan apa”, “untuk siapa”, disampaikan “lewat media apa” dan “siapa yang cocok menyampaikannya”. Singkatnya pemahaman tentang khalayak akan menentukan bagaimana kampanye dilaksanakan dan apa hasil yang akan dicapai. Efek yang diharapkan dari kegiatan kampanye ini yaitu: oran-orang yang menjadi sasaran dari kampanye pasangan RINDU ini dapat memberikan hak suaranya kepada pasangan calon no. 1 supaya pasangan RINDU (Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum) terpilih menjadi Gubernur dan wakil Gubernur Jawa Barat periode 2018-2023, yang ingin menjadikan Jawa Barat menjadi provinsi yang lebih baik, dengan program yang telah dirancang untuk 5 tahun kedepan serta dengan pengalaman dan keberhasilan Ridwan Kamil saat menjabat menjadi walikota Bandung.

Saran

Saran Teoritis

1. Dalam sebuah kegiatan kampanye pastinya ada dan tidak dapat dipungkiri dengan adanya beberapa hambatan, namun semua hambatan itu harus dapat dilalui dan dihadapi supaya kegiatan kampanye yang dilakukan tetap dalam tujuan yang ingin dicapai.
2. Saran untuk penelitian dan pengembangan selanjutnya, khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung diharapkan dapat lebih dalam menggali dan membahas komponen kampanye politik. Karena dalam kampanye Tim Kampanye pasti menggunakan komponen kampanye tersebut, sehingga peneliti selanjutnya harus melakukan penelitian yang lebih mendalam dan mengetahui keunggulan Tim Kampanye itu dari pada Tim Kampanye yang lain.
3. Bagi mahasiswa yang memiliki minat yang besar untuk mengangkat tema yang serupa dengan penelitian ini, diharapkan dapat melakukan penelitian tersebut dengan melihatnya dari beberapa sudut pandang yang berbeda, sehingga menemukan kesimpulan atau hasil yang berbeda dari penelitian sebelumnya dan juga disesuaikan dengan perkembangan yang terjadi pada masa mendatang.

Saran Praktis

1. Untuk Tim Kampanye pemenang pasangan RINDU harus lebih sering melakukan survey dan riset serta mengumpulkan data yang valid sehingga dapat memudahkan komunikator dalam berkampanye dan menyampaikan pesan kampanye.
2. Untuk lebih memaksimalkan kampanye secara langsung, karena dengan melakukan kampanye secara langsung pesan

yang disampaikan pun akan lebih efektif selian itu juga dapat melihat secara langsung respon dari masyarakatnya.

3. Kepada Tim Kampanye Politik, perlu mengembangkan teknik-teknik kampanye alternatif yang bersifat kreatif dan dapat dirasakan manfaatnya secara langsung oleh masyarakat, sehingga biaya untuk tidak terbuang percuma, selain itu, perlu dikembangkan teknik-teknik kampanye yang sifatnya memberikan pendidikan politik untuk masyarakat, agar tidak mudah timbul pertikaian akibat perbedaan pilihan politik.

Daftar Pustaka

- Venus, Antar. 2009. Manajemen Kampanye Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Susanto, Astrid S. 2006. *Komunikasi Kontemporer*. Bandung: Binacipta.
- Hirzi, Aziz Taufik. 2005. Kampanye Kandidat Presiden Amerika Serikat dalam Meraih Simpati para Pemilih. Vol 9 No 1: hal. 137.

Sumber Lain

- Anonim. 2018. Tribun Jabar.com. <https://jurnalpolitik.id/2018/03/18/polling-pilgub-jabar-2018>. Tanggal akses pada 31 Maret 2018 pkl 19:18 WIB.