

Peran Kompas dalam Proses Pemenangan Ahmadi-Antos pada Pilkada 2020 di Kota Sungai Penuh

Wulan Famelya Despita¹, Mohammad Isa Gautama^{2*}

^{1,2}Universitas Negeri Padang

*Corresponding author, e-mail: migatama@fis.unp.ac.id.

Abstrak

Latar belakang penelitian ini bermula dari kemenangan Ahmadi-Antos dalam Pilkada Sungai Penuh tahun 2020. Dengan segala keterbatasan dalam masa pandemi, paslon Ahmadi-Antos melakukan pengorganisasian tim sukses dalam kampanye daring. Di dalam wadah KOMPAS (Komunitas Milenial Pendukung Ahmadi-Antos), milenial lahir dan tumbuh dengan perbedaan suku dan budaya untuk bertekad menyatukan visi dan persepsi guna mewujudkan peranannya dalam proses pembangunan Kota Sungai Penuh maju berkeadilan. KOMPAS difungsikan sebagai sentral informasi dalam rangka pemenangan Ahmadi-Antos. Terlepas apakah KOMPAS membuatnya menang atau tidak, tapi menarik untuk dilihat bagaimana kinerja, program kerja, pengorganisasian, serta peran dari KOMPAS dalam melakukan aktivitas kampanye Ahmadi-Antos secara daring. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Peran KOMPAS Dalam Proses Pemenangan Ahmadi-Antos Pada Pilkada 2020 di Kota Sungai Penuh. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Lokasi penelitian dilakukan di Kota Sungai Penuh, Provinsi Jambi. Pemilihan informan memakai teknik purposive sampling dengan jumlah informan sebanyak 11 orang. Dalam penelitian ini dianalisis dengan teori Kontingensi oleh Joan Woodward dan Paul Lawrence. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Peran KOMPAS antara lain, pencitraan pasangan calon Ahmadi-Antos, Strategi Mobilisasi, Optimalisasi Kampanye di Media Sosial.

Kata Kunci: Kampanye; KOMPAS; Peran.

Abstract

The background of this research stems from Ahmadi-Antos' victory in the 2020 Sungai Penuh regional election. With all the limitations during the pandemic, the Ahmadi-Antos candidate pair organized the Timses in an online campaign. Within the KOMPAS platform, millennials were born and grew up with different ethnicities and cultures to be determined to unite visions and perceptions in order to realize their role in the process of developing the City of Sungai Penuh with justice. KOMPAS functions as an information center in the context of winning Ahmadi-Antos. Regardless of whether KOMPAS makes him win or not, it is interesting to see how KOMPAS performs, work programs, organizes, and plays a role in carrying out online Ahmadi-Antos campaign activities. The purpose of this research is to find out the role of KOMPAS in the process of winning Ahmadi-Antos in the 2020 regional elections in Sungai Penuh City. This study uses a qualitative research approach using descriptive methods. The research location was conducted in the City of Sungai Penuh, Jambi Province. Selection of informants using purposive sampling technique with a total of 11 informants. In this study, it was analyzed using contingency theory by Joan Woodward and Paul Lawrence. Data collection techniques were carried out by means of observation, in-depth interviews and documentation studies. The results of this study indicate that the role of KOMPAS includes imagery of the Ahmadi-Antos candidate pair, Mobilization Strategy, Optimization of Campaigns on social media.

Keywords: Campaign; KOMPAS; Role.

How to Cite: Despita, W.F. & Gautama, M.I. (2022). Peran Kompas Dalam Proses Pemenangan Ahmadi-Antos Pada Pilkada 2020 di Kota Sungai Penuh. *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan*, 5(4), 535-543.



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Share-Alike 4.0 International License. If you remix, transform, or build upon the material, you must distribute your contributions under the same license as the original. ©2022 by author.

Pendahuluan

Pemilihan umum merupakan media yang menunjukkan kedaulatan rakyat, dan merupakan momen dimana rakyat berpartisipasi dalam kehidupan berbangsa. Demikian pula dengan Pemilihan Kepala Daerah, yang merupakan bentuk demokrasi dan implementasi untuk mencapai kedaulatan rakyat. Undang-Undang Dasar 1945 mengatur bahwa kedaulatan negara ada di tangan rakyat, dan penegakannya didasarkan pada ketentuan UUD. Perwujudan kedaulatan rakyat terletak pada penyelenggaraan pemilihan langsung, baik kepala daerah, maupun pemilihan dewan legislatif (Rahmawati, 2021). Pemilihan Kepala Daerah serentak (Pilkada) 2020 menjadi praktik baru seiring dengan berlangsungnya pemilu pertama di masa pandemi. Pilkada serentak diatur dalam Peraturan KPU (PKPU) No.13 Tahun 2020 Tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 6 Tahun 2020 tentang Pelaksanaan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan Wali Kota dan Wakil Walikota Serentak Lanjutan dalam Kondisi Bencana Non-Alam Coronavirus Disease 2019 (Covid-19). Dalam PKPU tersebut Pilkada serentak 2020 digelar dengan mengedepankan prinsip kesehatan serta menerapkan protokol kesehatan di setiap tahapannya.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.21 tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dalam rangka percepatan penanganan Coronavirus disease 2019 (Covid-19) . Mengacu pada Peraturan Pemerintah tersebut pelaksanaan Pilkada terdapat pembatasan, terkhusus dalam pembatasan kerumunan atau pengumpulan massa dalam jumlah yang besar. Melihat kondisi ini tentu akan berpengaruh dalam tahapan kampanye Pasangan Calon (Paslon). Pada Peraturan KPU No.6 Tahun 2020 Pasal 58 Ayat (2) yang berbunyi “Partai Politik atau Gabungan Partai Politik, Pasangan Calon dan Tim Kampanye mengupayakan metode Kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan melalui Media daring”.

Sehubungan dengan larangan pemerintah untuk tidak berkumpul dan tidak berkerumun di masa pandemi seperti saat ini, penggunaan media sosial atau media *online* lainnya untuk berkampanye dinilai lebih efektif dan efisien karena tidak perlu mengumpulkan masyarakat untuk mengkampanyekan visi dan misi pasangan calon. Mengingat pengguna media sosial pada era sekarang ini yang rata-rata setiap orang mempunyai media sosialnya masing-masing, maka dapat dikatakan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang cukup besar dalam pelaksanaan kampanye daring di masa kini. Dengan kondisi yang demikian tentunya semua paslon akan memanfaatkan digital marketing politik sebagai sarana berkampanye yang lebih efektif untuk dekat dan menjangkau semua masyarakat.

Menurut Butler dan Collins dalam Putra (2019), pemasaran politik adalah konsep permanen yang harus dilakukan oleh sebuah partai politik, politikus, atau kontestan dalam membangun kepercayaan citra publik. Jadi, digital marketing politik merupakan sebuah strategi terencana dalam menyebarkan makna politik kepada masyarakat guna mensukseskan kandidat dengan menggunakan pemasaran teknologi digital. Namun, tidak semua Paslon siap untuk melaksanakan kampanye secara daring, apalagi terorganisir. Jamak dengan Pilkada lainnya, Pilkada Sungai Penuh Provinsi Jambi juga harus beradaptasi dengan kebiasaan baru di tengah pandemi untuk kelancaran tahapan pemilu.

Pada Pilkada 2020 di Kota Sungai Penuh muncul 2 nama Pasangan calon, Paslon nomor urut 01 Ahmadi Zubir-Alvia Santoni, Paslon nomor urut 02 Fikar Azami-Yos Adrino, masing-masing dari Paslon tersebut memiliki timses dari kalangan milenial, seperti paslon 01 yang menggunakan nama KOMPAS, sementara 02 millennial Fiyos. Berdasarkan nama yang dibangun oleh kedua paslon tentunya memiliki makna yang terkait dengan latar belakang kandidat. Paslon 01 terlihat mempunyai tim yang terorganisir dalam mengkampanyekan paslon di media sosial.

Paslon yang melakukan pengorganisasian dalam kampanye daring yakni Paslon Ahmadi-Antos, dengan dibentuknya KOMPAS (Komunitas Millennial Pendukung Ahmadi-Antos). KOMPAS merupakan sekumpulan sukarelawan paslon 01 yang dari kalangan milenial. KOMPAS dideklarasikan di gedung STKIP-Muhammadiyah Sungai Penuh, yang diasosiasikan oleh sekelompok kecil anak muda yang diketuai oleh Anggi Kurniawan. Anggota KOMPAS tersebar di 8 Kecamatan yang ada di Kota Sungai Penuh. KOMPAS memiliki struktur yang mengakar dari Kota, Kecamatan hingga ke Desa-Desa. KOMPAS difungsikan sebagai sentral informasi dalam rangka pemenangan Ahmadi-Antos. Berdasarkan permasalahan diatas maka tujuan artikel ini adalah untuk mengetahui bagaimana Peran KOMPAS Dalam Proses Pemenangan Ahmadi-Antos Pada Pilkada 2020 di Kota Sungai Penuh. Beberapa penelitian yang senada dengan penelitian ini sebagai berikut. Pertama, penelitian dari Dwi tahun 2009. Penelitian ini menjelaskan bagaimana cara dan peran tim sukses dalam menarik simpati masyarakat agar pasangan calon yang dimaksud lebih dikenal oleh masyarakat. Cara-cara yang digunakan oleh tim sukses Sambari-Qosim adalah promosi diri melalui hiburan rakyat, kumpul bersama hingga pengajian. Salah satu tempat yang paling strategis untuk mendapat perhatian masyarakat adalah di pasar, karena bagi tim sukses pasar adalah tempat yang diisi oleh berbagai lapisan masyarakat (Dwi, 2009).

Kedua, penelitian dari Prabawati tahun 2007. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa peranan dan tim sukses Paslon A.Kaliq-Muntahar cukup signifikan dalam pemenangan Pilkada Wonosobo tahun 2005. Beberapa hal yang dilakukan oleh tim sukses untuk mencapai tujuan tersebut diantaranya adalah membentuk keanggotaan yang tidak hanya dari anggota partai tetapi juga dari Mahasiswa dan LSM, menghimpun dana pribadi dan sukarela untuk dana operasional kemudian segmentasi massa dibagi dalam dua kelompok yaitu santri-kyai dan non santri (Prabawati, 2007).

Ketiga, Penelitian dari Putra & Gautama tahun 2021. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi kampanye Lisda Hendrajoni dalam memanfaatkan media luar ruang dalam Pileg 2019 dilakukan dengan beberapa strategi yaitu (1) Pemetaan daerah untuk pemasangan media luar ruang (2) Pemasangan media luar ruang di tempat strategis (3) Memasang media luar ruang di daerah pinggiran (4)Menyebarkan alat peraga kampanye ke masyarakat (Putra & Gautama, 2021). Penelitian ini berbeda dengan ketiga penelitian di atas, jika penelitian di atas memfokuskan peran tim sukses pada saat kampanye secara langsung (*offline*) sedangkan penelitian ini lebih memfokuskan pada kelompok dari tim sukses Ahmadi-Antos yang memiliki nama KOMPAS (Komunitas Milenial Pendukung Ahmadi-Antos), dalam peranannya untuk mencari simpati dan perhatian masyarakat Kota Sungai Penuh terhadap Paslon dengan kampanye yang menggunakan *digital marketing politik* (online).

Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Peneliti mencoba menggambarkan dan memperjelas semua fenomena, gejala serta kejadian dalam format deskriptif. Hal ini sejalan dengan pendapat Yusuf (2014) yang mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu strategi inquiry yang menekankan pencairan makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol, maupun deskripsi tentang suatu fenomena. Tipe penelitian yang peneliti gunakan adalah Tipe penelitian studi kasus. John (2016) menjelaskan bahwa studi kasus adalah rancangan suatu penelitian yang mengembangkan analisis mendalam atas suatu kasus yang akan diteliti. Lokasi penelitian dilakukan di Kota Sungai Penuh, Provinsi Jambi. Pemilihan informan memakai teknik purposive sampling dengan jumlah informan 11 orang.

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik observasi pengamatan secara langsung kelapangan untuk mendengarkan dan mengamati informasi terkait dengan peristiwa yang telah lalu terkait peran KOMPAS dalam proses pemenangan Ahmadi-Antos, wawancara mendalam secara tatap muka langsung dengan informan, pelaksanaan wawancara dilakukan secara mendalam dan terbuka sehingga kegiatan wawancara lebih bebas terkait dengan fokus permasalahan, wawancara dilakukan kurang lebih selama 60 menit. Dokumentasi melakukan pengambilan dokumentasi administrasi yang berhubungan dengan penelitian penulis lakukan (Arikunto, 2006). Untuk memeriksa keabsahan data dalam penelitian ini maka penulis menggunakan teknik triangulasi data. Teknik analisis data menurut Matthew B.Miles dan A.Michael Huberman yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2014).

Hasil dan Pembahasan

Peran KOMPAS Dalam Proses Pemenangan Ahmadi-Antos

Berdasarkan penelitian di lapangan, berikut diuraikan peran KOMPAS dalam proses pemenangan Ahmadi-Antos:

Pencitraan Paslon Ahmadi-Antos

Menurut Nimmo (1978) dalam Kamaruddin (2009), citra merupakan segala hal yang berkaitan dengan situasi keseharian seseorang; menyangkut pengetahuan, perasaan dan kecenderungan terhadap sesuatu. Sebelum membangun citra kandidat calon Walikota Ahmadi Zubir dan Wakil Alvia Santoni, tim KOMPAS melakukan survei terhadap harapan masyarakat akan pimpinan yang mereka idamkan. Berdasarkan survey tersebut terungkap berapa karakter dasar yang diharapkan masyarakat dari figur Walikota dan Wakilnya yakni agamis, jujur dan adil. Hal inilah yang kemudian menjadi referensi bagi tim sukses dalam membangun dan mensosialisasikan citra sang kandidat Walikota dan Wakil Walikota. Citra yang telah berhasil dibangun oleh kandidat calon Walikota Ahmadi Zubir dan Wakil Walikota Alvia Santoni adalah *track record* yang baik di mata masyarakat terutama para milenial yang menjadi mahasiswa kedua paslon selama ia menjabat sebagai ketua di salah satu Sekolah Tinggi di Kota Sungai Penuh. Persoalan agamis bukanlah hal yang baru bagi paslon Ahmadi-Antos, ia cukup dikenal dengan sosok yang agamis dan bersahaja, selama masa kampanye paslon Ahmadi-Antos rutin melakukan kunjungan ke masjid-masjid yang ada di Kota Sungai Penuh.

Citra bersikap jujur dan adil dibangun dengan melakukan kampanye bahwa Sungai Penuh membutuhkan pemimpin yang jujur dan adil. Hal ini juga diwujudkan dengan pernyataan tertulis dari pasangan Ahmadi-Antos yakni Jujur, yakni menjalankan kaidah atau aturan yang berlaku, menjalankan tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*) transparan partisipasi dan akuntabilitas sebagai unsur utama serta menghilangkan KKN (Korupsi, Kolusi dan Nepotisme), terciptanya aparatur yang bersih dan dapat melaksanakan pembangunan sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku. Sedangkan citra adil juga diwujudkan dengan pernyataan terwujudnya pembangunan yang adil dan merata, tanpa diskriminasi, baik antar individu, golongan maupun antar wilayah, sehingga hasil dari pembangunan dapat dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat.

Persoalan-persoalan yang menjadi isu sosial di masyarakat, dikelola secara baik oleh tim KOMPAS. Isu-isu ini kemudian dibuat menjadi semacam *black campaign* bagi saingan calon. Pada dasarnya tim KOMPAS menyadari bahwa paslon 01 popularitasnya lebih rendah dari paslon 02, karena paslon 02 memakai titah politik kekuasaan orangtua serta juga memiliki jabatan sebagai ketua DPRD Kota Sungai Penuh. Maka KOMPAS memunculkan isu-isu terkait diatas pada media sosial yang ditujukan untuk membangun alam bawah sadar masyarakat pemilih di Kota Sungai Penuh tentang Walikota dan Wakil Walikota yang ideal, dan itu terdapat pada diri Ahmadi Zubir-Alvia Santoni. Ketidakpuasan sebagian masyarakat terhadap mantan Walikota sebelumnya, akhirnya berhasil dikelola dengan baik sehingga muncul slogan Sungai Penuh MAJU (Mandiri, Agamis, Jujur, dan Unggul) dan Berkeadilan. Pernyataan diatas sesuai dengan yang disampaikan AK (29 tahun) selaku Ketua KOMPAS:

“...Kita menyadari bahwa Ahmadi-Antos popularitasnya lebih rendah dari Fikar-Yos, Fikar ini memakai titah politik kekuasaan orang tua serta juga punya jabatan sebagai ketua DPRD Kota Sungai Penuh. Pertama yang kita lakukan adalah eksistensi untuk menaikkan popularitas paslon Ahmadi-Antos. Selanjutnya membangun citra Ahmadi-Antos pada sosial media, serta memunculkan isu terkait pemimpin yang ideal. Selain milenial punya peran tapi memang Kota Sungai Penuh butuh perubahan. Masyarakat ingin perubahan yang lebih serius, pemimpin yang adil, jujur, yang tidak korupsi, yang benar-benar ingin memajukan Sungai Penuh, bukan hanya sekedar kata-kata yang dilontarkan tapi berbuat nyata...” (Wawancara tanggal 31 Agustus 2022).

Hal senada diungkapkan oleh DH (27 tahun) selaku anggota KOMPAS:

“...Paslon 01 bukanlah seorang yang bergelut di dunia politik, namun dari kalangan akademisi. Tentu popularitasnya lebih rendah dari paslon 02. Paslon 02 sebelumnya memiliki jabatan sebagai ketua DPRD Kota Sungai Penuh, wakilnya juga pernah berkontestasi pada Pilkada Sungai Penuh sebelumnya. Menyadari hal tersebut, maka yang dilakukan KOMPAS pertama kali adalah bagaimana menaikkan popularitas Paslon Ahmadi-Antos, serta membangun citra-citra positif sehingga masyarakat tertarik untuk memilihnya. Sungai Penuh butuh pemimpin yang jujur, amanah, itu semua InsyaaAllah sudah ada pada diri Ahmadi-Antos...” (Wawancara tanggal 22 Agustus 2022).

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa, pasangan calon Ahmadi Zubir-Alvia Santoni popularitasnya dibandingkan pasangan calon Fikar Azami-Yos Adrino jauh lebih rendah. Paslon 02 memakai titah politik orang tua, selain itu sebelumnya ia juga menjabat sebagai ketua DPRD Kota Sungai Penuh. Maka yang dilakukan KOMPAS adalah menaikkan popularitas paslon 01, membangun citra paslon, memunculkan isu terkait pemimpin yang ideal ada pada diri Ahmadi Zubir-Alvia Santoni. Sebab masyarakat ingin perubahan yang nyata, pemimpin yang jujur, amanah, adil.

Berdasarkan data yang peneliti temukan di lapangan, terkait popularitas dan pencitraan pasangan calon Ahmadi Zubir-Alvia Santoni. KOMPAS menyadari bahwa pasangan calon 01 popularitasnya jauh lebih rendah dibandingkan pasangan calon 02, untuk itu KOMPAS membangun citra positif paslon 01 dengan memunculkan isu-isu terkait pemimpin yang ideal, masyarakat menginginkan pemimpin yang jujur, adil, amanah dan semua itu ada pada diri Ahmadi Zubir-Alvia Santoni.

Strategi Mobilisasi

Mobilisasi merupakan keanekaragaman proses keterlibatan masyarakat dalam suatu usaha rekrutmen masa dengan tujuan tertentu (Noak & Indra, 2019). Kegiatan mobilisasi politik untuk kepentingan pemilihan tidak hanya dilakukan oleh dan melalui partai politik tetapi juga dapat dilakukan melalui instrument-instrumen mobilisasi politik non partai politik (Nugroho, 2011). Tim KOMPAS menyadari bahwa sejak awal strategi kunci yang digunakan untuk memobilisasi dukungan milenial adalah melalui pendekatan milenial itu sendiri. Pada era digitalisasi saat ini, tidak bisa dipungkiri bahwa milenial memainkan peran yang penting dalam proses perpolitikan di Indonesia. Pengaruh kaum Millennial sebagai penyumbang suara

terbesar saat ini, dibenarkan dalam studi yang dilakukan oleh Ambarwati et al., (2018) bahwa generasi millennial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kemajuan bangsa. Karakteristik millennial mendorong tren dimana anak muda sekarang lebih selektif dalam memilih.

Melihat hal tersebut, maka tim KOMPAS melakukan beberapa strategi dalam mendapatkan simpati para kaum milenial, pertama perekrutan kaum milenial pemilih pemula dari 8 Kecamatan 65 Desa dan 4 Kelurahan yang ada di Kota Sungai Penuh untuk bergabung di tim KOMPAS. Setiap Kecamatan didirikan stand-stand khusus perekrutan anggota KOMPAS, semua anggota yang sudah tergabung di tim KOMPAS diinstruksikan untuk memberikan informasi kepada seluruh rekan-rekannya dari kalangan milenial Sungai Penuh. Pengurus KOMPAS setiap hari akan berkunjung ke stand-stand yang ada di Kecamatan untuk mendata sudah berapa banyak millennial yang sudah direkrut, bahkan millennial tim sebelah pun berusaha untuk ditarik bergabung bersama KOMPAS.

Setelah adanya perekrutan KOMPAS, millennial yang bergabung diberikan pemahaman berupa sosialisasi bahwa politik bukanlah hal yang menakutkan, tetapi politik adalah suatu cara untuk mencapai kekuasaan. Mereka juga diberikan pemahaman mengenai politik mencerdaskan, serta politik anti sara. Dengan adanya KOMPAS beberapa anak muda yang sebelumnya takut dengan politik atau anti politik sudah diluruskan oleh tim KOMPAS sebagaimana dijelaskan di awal bahwa KOMPAS ini adalah penunjuk arah bagi orang-orang sesat.



Gambar 1. Foto Sosialisasi KOMPAS
(Sumber: Screenshot Facebook Anggota KOMPAS)

Kaum millennial di era sekarang lebih menggunakan rasionalitas dalam memilih pasangan calon ketimbang adanya hubungan emosional. Disatu sisi millennial ini memiliki pergerakan yang masif dan tingkat manajerialnya sangat baik. Sehingga mampu memudahkan paslon Ahmadi Zubir-Alvia Santoni serta tim KOMPAS dalam mensosialisasikan paslon. Hal ini diakui oleh AS (50 tahun), selaku Wakil Walikota Sungai Penuh:

“...KOMPAS merupakan gerakan anak muda Kota Sungai Penuh yang menginginkan perubahan, tanpa dibentuk oleh paslon 01. Dengan adanya gerakan ini ya otomatis selaku paslon sangat mensupport karena memudahkan managerial kita supaya lebih efektif. Kita melihat banyak anak muda hari ini yang anti politik, maka tugas KOMPAS adalah mensosialisasikan bagaimana sebenarnya politik itu, politik bukanlah hal yang menakutkan. Seperti namanya KOMPAS, maka komunitas ini dapat menunjuk arah...” (Wawancara tanggal 12 September 2022).

Hal senada juga disampaikan AK (29 tahun) selaku ketua KOMPAS:

“...KOMPAS adalah gerakan anak muda Kota Sungai Penuh yang menginginkan perubahan, KOMPAS punya struktur se-Kota Sungai Penuh, ada juga yang di Kecamatan dan Desa-Desa, KOMPAS Kecamatan dan Desa-Desa tetap berkoordinasi dengan pengurus KOMPAS Kota. Gerakan ini sebagai penunjuk arah bagi milenial yang buta politik, kita memberi pemahaman bagaimana politik mencerdaskan, sehingga anak muda yang dulunya anti politik setelah

mendapatkan sosialisasi dari kita maka ia sudah tidak anti politik lagi...” (Wawancara tanggal 31 Agustus 2022).

Dari hasil wawancara di atas menjelaskan bahwa, KOMPAS merupakan gerakan anak muda yang menginginkan perubahan di Kota Sungai Penuh. KOMPAS memiliki struktur yang mengakar hingga ke Desa-Desa. KOMPAS merupakan penunjuk arah bagi milenial yang anti dengan politik, KOMPAS mensosialisasikan politik bukan hal yang menakutkan, bagaimana politik mencerdaskan. Sehingga anak muda sudah tidak takut dengan politik dan tidak anti politik lagi.

Berdasarkan data yang peneliti temukan di lapangan terkait strategi mobilisasi, KOMPAS merupakan kumpulan anak muda yang menginginkan perubahan di Kota Sungai Penuh. Tim KOMPAS memiliki struktur yang mengakar hingga ke Desa-Desa. Seperti namanya, KOMPAS sebagai penunjuk arah. Tim memberikan sosialisasi dan pemahaman terhadap anak muda yang takut politik, terhadap anak muda yang anti politik. Maka dengan adanya sosialisasi yang terus menerus dilakukan oleh KOMPAS sehingga banyak anak muda yang tidak anti dengan politik lagi.

Optimalisasi Kampanye di Media Sosial

Globalisasi telah mendorong perubahan masif dalam pemahaman dan praktik politik masyarakat Indonesia. Praktik politik berada dalam ranah komersialisasi luar biasa, kegiatan pemasaran, kampanye dan iklan politik dalam berbagai media. Situasi ini diperkuat oleh para *opinion leader*, organisasi politik, ekonomi, sosial budaya dan keagamaan yang turut menjadi agen dan aktor politik yang sangat berpengaruh dan menempatkan politik menjadi panglima.

Dalam marketing politik adanya penjual yang disebut para komunikator politik sedangkan si pembeli adalah khalayak politik atau dikenal konstituen. Untuk menjual produk-produk politik, para pelaku politik memerlukan teknik-teknik komunikasi marketing politik, dengan tujuan supaya khalayak politik atau konstituen mendukung dan memberikan suara kepada aktor atau lembaga /partai yang memberi mereka janji-janji politik (Putra, 2019). Marketing digital politik merupakan sebuah strategi terencana dalam menyebarkan makna politik kepada masyarakat guna mensukseskan kandidat dengan menggunakan pemasaran teknologi digital.

Pemasaran politik adalah sebuah sesi yang dikendalikan oleh sebuah partai politik atau para kandidat dari suatu kesatuan kepentingan politik maka kesediaan untuk berempati secara optimum sepatutnya menjadi inisiatif partai politik dalam sebuah pertarungan atau kontestasi politik (Berndt, 1992). KOMPAS menggunakan strategi digital marketing politik dalam mengoptimalkan kampanye paslon 01. Pasangan 01 memiliki visi dan misi yang sama, namun dalam pergerakan mereka membagi menjadi 2 sisi pendekatan. Pertama, pendekatan ke orang-orang tradisional yang dilakukan oleh Calon Walikota, serta pendekatan oleh Calon Wakil Walikota pada ruang Millenial menggunakan strategi digital marketing yang dimainkan oleh tim KOMPAS.

Awalnya KOMPAS memiliki akun sosial media khusus, namun dalam perjalanan terdapat kendala serta antisipasi terhadap akun *fake* yang menjamur, maka brand digital marketing politik paslon difokuskan ke akun-akun sosial media pribadi anggota KOMPAS. Namun tetap terstruktur dengan baik apa isu yang dibuat dan apa yang akan disampaikan. Selanjutnya, segala bentuk informasi yang akan dibagikan ke masyarakat mengenai Ahmadi-Antos baik berupa foto, *pamphlet* dan lain sebagainya akan diinstruksikan oleh ketua KOMPAS ke grup *WhatsApp* KOMPAS. Kemudian secara serentak informasi akan dibagikan ke media sosial pribadi anggota KOMPAS, seperti pada akun *Facebook*, *WhatsApp*.

Pengoptimalan aktivitas kampanye di media sosial yang melibatkan KOMPAS (Komunitas Milenial Pendukung Ahmadi-Antos) dibuat terstruktur dengan konten-konten yang menampilkan visi-misi serta program yang ditawarkan dari berbagai permasalahan yang ada di Kota Sungai Penuh.

Pengoptimalan kampanye di media sosial juga didukung penggunaan akun media sosial pribadi yang dilakukan oleh paslon, yakni memposting setiap aktivitasnya ke media sosial sehingga membuat orang mengenal sosok paslon tersebut untuk menarik simpati pemilih. Optimalisasi penggunaan media sosial oleh Pasangan Calon Ahmadi-Antos dalam berkampanye sangat memberikan pengaruh terhadap perilaku politik masyarakat, terutama dalam berkomentar di media sosial. Masyarakat bisa ikut langsung memberikan kritikan dan saran di media sosial atau di kolom komentar facebook milik Ahmadi-Antos. Pernyataan di atas sesuai dengan pernyataan AW (27 tahun) selaku milenial Sungai Penuh:

“...Saya banyak mengetahui informasi paslon Ahmadi Zubir-Alvia Santoni dari akun sosial medianya seperti Fb, serta story WA setiap hari dari anggota KOMPAS selama masa kampanye. Segala bentuk aktivitas di bagikan ke sosial media, hal ini dilakukannya setiap hari. Sehingga kita sebagai masyarakat dapat melihat, memantau dan mengetahui bagaimana keseharian calon pemimpin kita...” (Wawancara tanggal 15 Agustus 2022)

Pernyataan diatasseneda dengan yang disampaikan VO (25 tahun) selaku milenial Sungai Penuh :

“...Saya mengenali paslon Ahmadi Zubir-Alvia Santoni dari sosial media yang menampilkan program yang bagus. Sosial media saya seperti *Facebook* selama kampanye dipenuhi brand politik yang dilakukan oleh tim KOMPAS. Tak hanya itu sosial media seperti *facebook* pribadi Ahmadi Zubir-Alvia Santoni terlihat aktif setiap hari dalam memposting kegiatan-kegiatan yang dilakukannya, sehingga masyarakat pun bisa berkomunikasi langsung dengannya melalui kolom komentar...” (Wawancara tanggal 12 Agustus 2022).

Dari hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa pasangan calon Ahmadi Zubir-Alvia Santoni cukup aktif bermedia sosial. Segala bentuk kegiatan selalu dibagikan, hal tersebut juga dilakukan oleh tim KOMPAS. Sehingga masyarakat mengenali sosok Ahmadi-Antos ini. Optimalisasi penggunaan media sosial oleh Pasangan Calon Ahmadi-Antos dalam berkampanye sangat memberikan pengaruh terhadap perilaku politik masyarakat, terutama dalam berkomentar di media sosial. Masyarakat bisa ikut langsung memberikan kritikan dan saran di media sosial atau di kolom komentar *Facebook* milik Ahmadi-Antos.

Berdasarkan data yang peneliti temukan di lapangan terkait optimalisasi kampanye di media sosial, tim KOMPAS sangat gencar dalam melakukannya. Tak hanya tim KOMPAS saja, namun paslon pun ikut aktif di sosial media dalam memperkenalkan dirinya. Segala bentuk kegiatan di bagikan lewat sosial media *facebook*, sehingga masyarakat mengenali dirinya serta mampu berinteraksi dengan memberikan saran dan kritik melalui sosial media.

Pembahasan

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa struktur KOMPAS memiliki peran yang banyak dalam proses pemenangan Ahmadi-Antos pada Pilkada 2020 di Kota Sungai Penuh. KOMPAS bisa bertahan karena ia memiliki struktur yang mampu menyesuaikan dengan perubahan lingkungan. Hal ini sesuai dengan Teori Kontingensi yang dikemukakan oleh Joan Woodward. Joan Woodward mengemukakan, mengapa kita tidak melihat betapa struktur organisasi, ukuran organisasi, dan teknologi itu memiliki kekuatan ketika dijadikan sebagai faktor kontingen jika dihubungkan dengan lingkungan organisasi. Dengan kata lain, menurut teori kontingensi kita harus membuat “kontingensi” atau menghubungkan-silangkan faktor-faktor struktur organisasi dengan lingkungan organisasional (Liliweri, 2014). Berdasarkan hasil temuan, penelitian ini dianalisis menggunakan 4 faktor dari teori kontingensi.

Pertama ukuran Organisasi, dalam organisasi perlu manajerial yang baik atau manajemen yang terstruktur dan masif. Organizing adalah fungsi-fungsi manajemen yang berkaitan dengan penetapan tugas-tugas, pengelompokan tugas-tugas ke dalam departemen-departemen dan pengalokasian sumber daya, serta penyebaran sumber daya organisasi untuk meraih tujuan-tujuan strategis (Candra & Rifa'i, 2016). Idealnya ukuran organisasi sebagaimana dalam teori kontingensi menginginkan bahwa manajerial yang baik melalui keluwesan manajerial dan pendelegasian wewenang maka prosedur organisasi yang terkait pada struktur dapat diperpendek. Artinya, dalam organisasi perlu adanya keluwesan, dari struktur yang berantai panjang perlu adanya delegasi atau prosedur, ini merupakan bentuk dari managerial. Komunitas Millennial Pendukung Ahmadi Zubir-Alvia Santoni (KOMPAS) menginginkan manajerial yang baik agar dalam proses kampanye seperti sosialisasi, pesan yang disampaikan akan sampai kepada seluruh masyarakat.

Kedua Teknologi, KOMPAS mempunyai strategi kampanye dalam digital marketing politik, KOMPAS bekerja secara terstruktur dan masif antara lain, pertama sosialisasi pada akun media sosial pribadi anggota KOMPAS, dengan memanfaatkan platform seperti FB dan WA dengan membagikan informasi mengenai paslon 01, baik berupa pamphlet, foto dengan konten-konten yang menampilkan visi-misi serta program yang ditawarkan dari berbagai permasalahan yang ada di Kota Sungai Penuh dan lain sebagainya. Sehingga masyarakat, terutama dari kalangan muda melirik dan mengenali paslon Ahmadi Zubir-Alvia Santoni. Selanjutnya, memainkan isu tolak dinasti politik serta pencegahan preventif yang dilakukan di media sosial pribadi anggota KOMPAS sehingga paslon yang didukung terhindar dari citra-citra negatif. Paslon 01 popularitasnya lebih rendah dari paslon 02, karena paslon 02 memakai titah politik kekuasaan orangtua serta juga memiliki jabatan sebagai ketua DPRD Kota Sungai Penuh. Menyadari hal tersebut, maka yang dilakukan KOMPAS adalah mengkonter isu-isu yang diangkat ke media sosial serta menangkal isu-isu miring yang menyerang paslon dengan memainkan isu #tolakdinastipolitik pada sosial media masing-masing anggota KOMPAS.

Ketiga, Lingkungan Organisasi yang aktif adalah organisasi yang mampu beradaptasi dengan lingkungannya (Liliweri, 2014). Bahwa organisasi yang terdapat dalam KOMPAS menjadikan KOMPAS lebih mudah beradaptasi dengan masyarakat, terutama kaum Millennial. Karena Millennial merupakan salah satu penyumbang suara terbanyak dibanding kelompok usia lainnya. Dengan hal ini tentu penting meningkatkan suasana lingkungan yang aman, nyaman, sehat, dan didukung oleh suasana yang kondusif. Dalam teori kontingensi disebutkan bahwa *suppliers (inputs)* dan *costumers (outputs)* itu saling berhubungan,

dan bahkan saling bergantung satu sama lain. Bahwa, pentingnya menjaga kondusifitas lingkungan supaya KOMPAS bekerja menerima input berupa aspirasi dari masyarakat (*costumers*). Hal ini akan menjadi program kerja tim pasangan calon (*outputs*). *Keempat* Institusionalisasi, KOMPAS terbentuk diinisiasikan oleh beberapa anak muda Kota Sungai Penuh, tanpa ada campur tangan dari paslon Ahmadi Zubir-Alvia Santoni. Dalam membangun timses perlu adanya kesadaran dari masing-masing individu. Faktor kesadaran adanya KOMPAS antara lain, sekelompok anak muda ini sadar bahwa Kota Sungai Penuh menginginkan perubahan, serta paslon menawarkan program yang lebih realistis kemudian tersadar ingin membentuk relawan supaya programnya tercapai.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan mengenai Peran KOMPAS Dalam Proses Pemenangan Ahmadi-Antos Pada Pilkada 2020 di Kota Sungai Penuh dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini menunjukkan Peran KOMPAS antara lain, *pertama* pencitraan pasangan calon Ahmadi-Antos oleh KOMPAS dengan memunculkan isu-isu terkait diatas pada media sosial yang ditujukan untuk membangun alam bawah sadar masyarakat pemilih di Kota Sungai Penuh tentang Walikota dan Wakil Walikota yang ideal, dan itu terdapat pada diri Ahmadi Zubir-Alvia Santoni. *Kedua* strategi mobilisasi dengan melakukan beberapa strategi dalam mendapatkan simpati para kaum milenial selanjutnya perekrutan kaum milenial pemilih pemula dari 8 Kecamatan 65 Desa dan 4 Kelurahan yang ada di Kota Sungai Penuh untuk bergabung di tim KOMPAS. *Ketiga*, optimalisasi kampanye di media sosial dengan memanfaatkan platform *Facebook* dan *WhatsApp*. Penelitian ini fokus pada peran KOMPAS dalam proses pemenangan Ahmadi-Antos pada Pilkada 2020 di Kota Sungai Penuh, dan terbatas pada pembahasan tentang peran komunitas pada faktor teknologi saja. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk mengkaji secara keseluruhan 4 faktor yang mempengaruhi adaptasi organisasi terhadap perubahan lingkungan. Masalah ini penting untuk dikaji lebih lanjut karena berhubungan dengan keberlanjutan organisasi di masa depan.

Daftar Pustaka

- Ambarwati, A., Raharjo, S. T., Semarang, D. K., Kepolisian, A., & Milenial, G. (2018). Prinsip Kepemimpinan Character of A Leader pada Era Generasi Milenial. *Philanthropy Journal of Psychology Vol, 2*, 114–127.
- Arikunto, S. (2009). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Berndt, R. (1992). *Die Marketing-Politik*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Candra, D., & Rifa'i, M. (2016). *Dasar Dasar Manajemen Mengoptimalkan Pengelolaan Organisasi Secara Efektif dan Efisien*. Medan: Perdana.
- Cresswell, J.W. (2016) *Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Dwi, A. (2009). *Peran Tim Sukses Dalam Pemilihan Bupati di Gresik (Peranan Tim Sukses Calon Bupati (Sambari & amp: Qosim) Dalam Menarik Partisipasi Masyarakat Menuju Pemilihan Bupati 2020 di Kabupaten Gresik*. Skripsi. Universitas Airlangga.
- Kamaruddin, H. (2009). Komunikasi Politik dan Pecitraan. *Jurnal Ilmiah Dinamika*, 2(4), 22–43.
- Liliwari, A. (2014). *Sosiologi dan Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Noak, A., & Indra, G. (2019). Strategi Mobilisasi Politik Tjokorda Gede Agung Melalui Pura Dadia Pada Pemilu 2019 fi Desa Nyanglan. Universitas Udayana.
- Nugroho, K. (2011). Ikhtiar Teoritik Mengkaji Peran Partai dalam Mobilisasi Politik Elektoral. Universitas Airlangga.
- Putra, F.S.D., et al. (2019). *Marketing Politik (Teori dan Konsep)*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- PKPU No.6 Tahun 2020 Tentang Pilkada Serentak Lanjutan dalam Kondisi Bencana Non Alam Covid-19.
- PKPU Nomor 13 Tahun 2020 Tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Komisi Pemilihan Umum.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.21 tahun 2020 Tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dalam Rangka Percepatan Penanganan Coronavirus Disease 2019 (Covid-19).
- Prabawati, E. (2007). Peranan Tim Sukses Dalam Pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Wonosobo. Universitas Gajah Mada.
- Putra, Z. M., & Gautama, M. I. (2021). Pemanfaatan Media Luar Ruang Sebagai Salah Satu Strategi Pemenangan Lisda Hendrajoni dalam Pileg 2019 Dapil Sumbar 1 : Kajian Sosiologi Komunikasi Politik Universitas Negeri Padang Pendahuluan Kajian marketing politik berkembang sejak tahun 1990 dipopuler. *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan*, 4(1), 1–14.
- Rahmawati, D. L. (2021). Pelaksanaan Pilkada Serentak Tahun 2020 Ditinjau Dari Konsep Maslahat. Universitas Islam Negeri Prof. Kh. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Sugiyono, S.(2014). *Metode Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group.