

BAB III

STRATEGI PEMENANGAN PASANGAN CALON INDEPENDEN M. RAMLAN NURMANTIAS, S.H DAN IRWANDI, S.H DALAM PEMILIHAN UMUM KEPALA DAERAH KOTA BUKITTINGGI TAHUN 2015.

Pilkada merupakan pemilihan umum tingkat daerah guna mencari atau memilih kepala daerah di daerah pemilihan. Di Indonesia sendiri Pilkada merupakan praktek nyata dari demokrasi karena dalam pilkada terdapat partisipasi dari rakyat, proses kampanye dan kontrak politik. Singkatnya, Pilkada sebagai praktik demokrasi sudah dipenuhi dan dipraktekkan. Adapun yang terjadi pada Pemilihan kepala daerah Kota Bukittinggi pada tanggal 9 Desember 2015 adalah sebuah pesta demokrasi tingkat lokal bagi masyarakat Kota Bukittinggi dalam menentukan pemimpinnya dengan cara menggunakan hak pilih mereka. Seperti Pilkada tahun 2010, Pilkada Bukittinggi tahun 2015 lagi-lagi mempertemukan dua calon kuat yakni Ismet Amzis selaku petahan melawan Ramlan Nurmantias yang memilih jalur independen.

Banyaknya isu-isu negatif tentang petahana selama kepemimpinannya dan menurunnya elektabilitas partai Demokrat sebagai partai pengusung memberi kesempatan yang besar untuk calon independen memenangkan pemilihan kepala daerah Bukittinggi tahun 2015. Seperti yang dijelaskan pada wawancara tanggal 12 November 2018 oleh Indra Utama selaku konsultan politik dan juga salah satu tim relawan Ramlan-Irwandi sebagai berikut:

Tahun 2015 ditengah masyarakat petahana di kenal sebagai walikota trotoar karena yang dibangun kebanyakan hanya trotoar saja sehingga silpa anggaran banyak sekali, bagi kami tim pemenangan hal ini menjadi salah satu bahan di lapangan.

Kemenangan calon independen Kota Bukittinggi M. Ramlan nurmantias, S.H dan Irwandi, S.H dengan perolehan suara sebanyak 17.770 suara atau 41,84%, mengalahkan beberapa calon dari partai politik lain dan mengalahkan antara lain petahana H. Ismet Amzis, S.H dan Drs. Zulbahri M, M.Pd. Kemenangan calon independen ini menunjukkan bahwa kekuatan dari petahana melemah dibandingkan dengan calon independen. Oleh karena itu, pada bagian pembahasan ini, peneliti akan memaparkan strategi pemenangan pasangan calon independen M. Ramlan nurmantias, S.H dan Irwandi, S.H dalam pemilihan umum kepala daerah kota bukittinggi tahun 2015.

A. Marketing Politik

Dalam pemililhan kepala daerah hampir semua calon kandidat berupaya meraih dukungan dan simpati dari masyarakat, banyak pendekatan yang digunakan dan salah satunya disebut marketing politik. Seperti yang telah peneliti jelaskan dalam kerangka teori, strategi atau konsep kampanye dalam marketing politik terkait bagaimana kandidat memasarkan perencanaan program-program, ide-ide dan personal branding yang dimilikinya. Adapun tujuan dari marketing politik adalah membantu kandidat dalam mempromosikan diri dan lebih mengenal masyarakat yang

akan diwakilkan atau yang menjadi target pemilih, sehingga calon kandidat mampu membuat program-program ataupun isu politik yang relevan.

Pada Pilkada Kota Bukittinggi tahun 2015, dalam upaya menjangkau pemilih, calon independen Ramalan-Irwandi membentuk tim kampanye yang bertugas menyebarkan pesan politik mereka kepada masyarakat Bukittinggi. Adapun pasangan calon Ramlan-Irwandi merupakan penanggungjawab dari terbentuknya Tim Kampanye tersebut, selain itu Ramlan-Irwandi juga di bantu oleh tim penasehat kampanye. Tim kampanye pasangan calon independen Ramlan-Irwandi mempunyai perwakilan di semua kecamatan Kota Bukittinggi yakni Kecamatan Mandiangin Koto Selayan, Kecamatan Guguk Panjang, dan Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh. Adapun jumlah tim dijelaskan oleh Indra Utama selaku tim relawan pada wawancara 12 november 2018 sebagai berikut:

Secara keseluruhan kami membentuk tim di kecamatan lebih dari 1000 orang dan yang paling banyak adalah tim relawan ibu-ibu yakni 80%

Tim relawan Ramlan-Irwandi mengklaim 80% tim relawan mereka adalah ibu-ibu dengan alasan ibu-ibu lebih mampu mempengaruhi anak dan suaminya untuk mendukung pasangan calon independen, selain itu pemilihan ibu-ibu sebagai tim relawan juga tidak terlepas dari banyaknya ibu-ibu yang merasa kecewa dengan pemerintahan petahana yang tidak mampu menyelesaikan persoalan di tengah

masyarakat salah satunya di Bukittinggi adalah permasalahan pengadaan air bersih yang merupakan hal penting khususnya bagi ibu-ibu.

Pendistribusian tim kampanye disetiap kecamatan merupakan salah satu langkah strategi marketing politik. Oleh karena itu peneliti menjadikan tim kampanye sebagai instrumen analisis ketika berbicara marketing politik, dengan menjadikan tim kampanye sebagai instrument analisis maka akan dapat diketahui sejauh mana monuver politik pasangan Ramlan-Irwandi di Kota Bukittinggi. Tim kampanye berperan penting dalam mengakulturasikan aspirasi masyarakat dan mampu menjangkau semua lapisan masyarakat di Kota Bukittinggi.

Dalam penelitian ini calon independen Ramlan-Irwandi menamai tim kampanyenya yaitu menggunakan istilah “*Tim Relawan*”. Adapun orang-orang yang tergabung dalam tim relawan ini adalah orang-orang terdekat seperti keluarga, kerabat, relawan murni dan beberapa dari kader partai yang memiliki berbagai latar belakang untuk mendukung pasangan calon independen Ramlan-Irwandi untuk maju memenangkan Pilkada di Kota Bukittinggi. Seperti yang dijelaskan 2018 oleh Ramlan Nurmantias sebagai calon Independen pada wawancara di kantor walikota tanggal 12 desember 2018 sebagai berikut:

Kami sensus tim relawan terdiri dari beberapa kelompok, ada tim relawan betul-betul relawan, ada tim relawan yang masuk membantu kita tapi ada kepentingan (kader partai) dan terakhir tim relawan karena hubungan keluarga. Kami lebih memperhatikan relawan murni.

Adapun yang disampaikan Indra utama sebagai tim relawan pasangan calon independen pada wawancara 13 Desember 2018 di kediamannya sebagai berikut:

Lucu adalah DPP partai memang mendukung pasangan calon masing-masing tetapi DPC partai di Bukittinggi mendukung bapak Ramlan, karena anggota DPC lebih mengetahui daerahnya.

Dari pernyataan yang disampaikan diatas, dapat disimpulkan bahwa orang-orang yang bergabung dalam memenangkan pasangan calon independen adalah keluarga dan kerabat, relawan murni dan beberpa dari kader partai, hal ini tidak terlepas dari menurunnya elektabilitas petahana. Guna menganalisis lebih strategi pemenangan dapat dapat di lihat dari proses marketing politik yang dikategorikan 4p yakni produk, harga, promosi dan tempat.

a. Produk (*Product*)

Pada Pemilihan kepala daerah Kota Bukittinggi, pasangan calon kepala daerah Ramlan-Irwandi maju dengan menggunakan jalur tanpa partai politik dengan *tagline* produknya adalah “Perubahan”, adapun visi yang ditawarkan adalah “Terwujudnya Bukittinggi Kota Tujuan Pariwisata, Pendidikan, Kesehatan, Perdagangan dan Jasa Berlandaskan Nilai-Nilai Agama dan Budaya” Visi tersebut kemudian dijabarkan dalam misi sebagai berikut:

1. Mengembangkan dan memberdayakan partisipasi berbagai potensi pemangku kepentingan, pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat.

2. Meningkatkan kinerja pemerintahan secara profesional dan transparan, akuntabel dan mempunyai kewirausahaan.
3. Meningkatkan pembangunan, penataan dan pengelolaan sarana prasarana kota secara terpadu dan berwawasan lingkungan.
4. Mengembangkan sistem ekonomi perkotaan secara lebih berdayaguna.
5. Meningkatkan kualitas pelayanan pariwisata, pendidikan, kesehatan, perdagangan dan jasa serta kesejahteraan sosial masyarakat.

Berdasarkan visi dan misi diatas secara substansi berbicara mengenai persoalan-persoalan yang universal atau umum, dengan menghadirkan solusi yang komprehensif. Visi-misi yang ditawarkan pasangan independen Ramlan-Irwandi menggunakan *tagline* “Perubahan” berangkat dari gagalnya petahana menyelesaikan permasalahan yang dihadapi masyarakat Bukittinggi. Pemilihan *tagline* ini tentunya sebagai salah satu strategi menyerang petahana yang dianggap telah gagal dalam periode kepemimpinannya. Visi-misi yang ditawarkan oleh pasangan calon independen Ramlan-Irwandi mempunyai ciri khas tersendiri, pasangan calon Ramlan-Irwandi menawarkan suatu program yang berupaya untuk mewujudkan Kota Bukittinggi bergerak menuju arah berkemajuan, inovatif dan berkelanjutan.

Mengingat Kota Bukittinggi dengan kekayaan sejarahnya menjadikan kota Bukittinggi sebagai salah satu tujuan wisata di

Sumatera barat hal ini dijadikan program utama oleh pasangan Ramlan-Irwandi. Seperti yang disampaikan calon independen Ramlan Nurmantias sebagai calon Independen pada wawancara di kantor walikota tanggal 12 desember 2018 sebagai berikut:

Kami lebih mengedepankan sektor pariwisata, karena dari yang saya lihat pendidikan, kesehatan, perdagangan sudah jalan nah tinggal bagaimana mengelola pariwisata, karena pariwisata merupakan induk. Jika pariwisata sudah baik maka perdagangan akan lancar.

Dalam penelitian ini, adapun beberapa cara yang dilakukan oleh pasangan independen Ramlan-Irwandi untuk memasarkan produk politiknya disampaikan Ramlan pada wawancara tanggal 12 Desember 2018 di kantor walikota sebagai berikut:

Dalam mensosialisasikan visi-misi yang telah kami rangkum, kami lebih sering memasarkannya dengan cara kerumah-rumah warga atau *door to door*.

Dalam pemasaran produk tim relawan juga memiliki peranan yang penting karena mampu menjangkau lapisan masyarakat. Dalam upaya kemenangan produk politik yang ditawarkan harus sesuai dengan apa yang dibutuhkan atau yang diinginkan oleh masyarakat. Tim relawan harus memiliki kemampuan untuk menarik simpati masyarakat dengan menawarkan produk politik yang telah di bentuk sesuai kebutuhan masyarakat.

Adapun beberapa cara yang dilakukan oleh Yesi Endriani sebagai tim relawan pasangan Ramlan-Irwandi pada wawancara 11 Desember 2018 dikediamannya menjelaskan sebagai berikut:

Dalam mensosialisasikan program kami tentu juga menggunakan selebaran, spanduk dan yang paling efektif adalah mengkampanyekan secara *door to door*.

Setali dengan yang dikatakan Ramlan Nurmantias, pasangan calon dan tim relawan lebih sering menggunakan metode *door to door* atau kerumah-rumah dalam memasarkan produk politiknya. Menurut Firmanzah (2012: 198) dalam marketing politik penggunaan pendekatan *door to door*, lebih mengikat pemilih pada kedekatan yang lebih bersifat emosional dan mampu membangun kepercayaan dalam hubungan jangka panjang, tidak hanya pada masa kampanye saja, namun pendekatan seperti ini akan memerlukan waktu yang cukup lama.

Past recor atau rekam jejak merupakan berkaitan dengan prestasi masa lalu yang dicapai kandidat karena apa saja yang dilakukan kandidat dimasa lalu akan berkontribusi dalam pembentukan sebuah produk politik. Dengan prestasi yang dimiliki dimasa lalu akan mampu meningkatkan citra kandidiat di tengah masyarakat. Seperti yang disampaikan Ramlan Nurmantias selaku

calon independen pada wawancara 12 Desember 2018 di Kantor walikota Bukittinggi:

Maju dalam pilkada modal salah satu saya adalah investasi social, kita berteman, apa yang bisa kita bantu, bagaimana cara berfikir kita, apakah kita sudah di anggap tokoh di daerah pencalonan.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan Ramlan Nurmantias selaku kandidat pilkada Bukittinggi tahun 2015 sangat menjaga rekam jejaknya di masa lalu karena menurut beliau hal ini merupakan investasi sosial jangka panjang. Ramlan Nurmantias dari masa muda telah aktif di berbagai organisasi, mulai dari menjadi osis sampai menjadi anggota senat Fakultas Hukum UMSB. Ia juga aktif dalam organisasi pengusaha mengingat Ramlan Nurmantias merupakan salah satu pengusaha sukses di bukittinggi.

Selain itu Ramalan Nurmantias juga pernah menjabat sebagai ketua KPU kota Bukittinggi periode Tahun 2003-2008, pada saat itulah beliau mempelajari atau mengetahui prosedur mencalonkan diri melalui jalur independen. Sedangkan Irwandi selaku wakil merupakan mantan anggota DPRD Kota Payakumbuh dan juga pernah menjabat sebagai sekretaris daerah dan kepala Bappeda Kota Payakumbuh.

b. Promosi (*Promotion*)

Dalam marketing politik promosi merupakan sebuah kegiatan kampanye yang menggunakan media dalam penyampaiannya, misalnya media elektronik, media cetak, maupun media social. Pasangan calon independen Ramlan-Irwandi dalam melakukan promosi menggunakan beberapa teknik seperti slogan, jargon dan dengan menjelaskan setiap program yang mereka tawarkan.

Adapun kegiatan promosi terdapat 2 indikator pengukurnya yaitu melalui iklan (*advertising*) dan juga publikasi (*Publicity*). Berikut penjelasannya:

1. *Advertising*

Seperti kandidat lainnya, pasangan calon independen Ramlan-Irwandi juga menggunakan *advertising* atau iklan sebagai media kampanye. Iklan merupakan bentuk penyajian informasi yang kandidat miliki dengan tujuan utamanya adalah mempromosikan melalui media yang dapat dilihat langsung oleh masyarakat sebagai calon pemilih. Dalam penelitian ini, adapun cara promosi politik yang digunakan tim relawan pasangan calon independen Ramlan-Irwandi dalam menjangkau pemilih sebagaimana dijelaskan Diarti pada wawancara 14 Desember 2018 sebagai berikut:

Media yang kami gunakan dalam mempromosikan kandidat adalah media cetak, media sosial, radio, btv, spanduk dan

selebaran. Namun yang paling efektif sebenarnya adalah bertemu langsung dengan masyarakat.

Dari penjelasan diatas dalam proses promosi politik melakukan pendekatan kepada masyarakat secara komunikatif dengan berkunjung jauh lebih efektif, dibandingkan menggunakan media elektronik ataupun media sosial terlebih kota bukittinggi tingkat pertumbuhan penduduknya tidak terlalu tinggi, sementara media kebanyakan hanya dikonsumsi oleh kaum milenial seperti yang dijelaskan Indra Utama selaku Tim Relawan Ramlan-Irwandi pada wawancara tanggal 13 Desember di kediamannya:

Media seperti iklan tidak terlalu efektif, kebanyakan hanya mampu menjangkau kaum milenial, sementara pertumbuhan penduduk Kota Bukittinggi tidak terlalu tinggi, anak muda inginnya merantau. Adapun media seperti media cetak pada umumnya hanya birokrat yang membaca, masyarakat luas jarang.

Hal ini didukung dengan hasil pengamatan peneliti di media sosial, meskipun memiliki akun-akun promosi namun akun ini tidak terlalu update dan cenderung pasif.

Gambar 3.1

Promosi Politik Melalui Facebook



Adapun penggunaan media cetak dalam penelitian ini penyebaran pamflet, stiker atau profil kandidat dilakukan ketika sosialisasi *door to door* dilakukan, disini tim relawan berperan sebagai penyampaian pesan politik yakni dengan cara menyebarkan stiker, pamphlet dan profil kandidat agar mereka pemilih mengingat dan mengenal kandidat yang dipromosikan, sehingga akan membangun kesadaran pemilih untuk memilih pasangan calon independen Ramlan-Irwandi.

Berkaitan dengan slogan kampanye sebagai identitas dari paracalon kandidat, merupakan bentuk dari mempromosikan identitas diri dari kandidat maupun tim relawan kepada masyarakat. Pada konteks Pilkada Kota Bukittinggi, slogan kampanye dari pasangan calon independen Ramlan-Irwandi adalah “Perubahan” hal ini tidak terlepas dari kekecewaan masyarakat akan kepemimpinan petahana dijadikan peluang oleh calon independen Ramlan-Irwandi untuk menarik pemilih dengan cara mengkampanyekan slogan “perubahan”.

2. *Publicity*

Setelah melakukan kegiatan periklanan, proses selanjutnya dalam mempromosikan kandidat adalah melakukan kegiatan publikasi. Publikasi adalah proses membangun citra kandidat di tengah masyarakat dengan cara membangun suatu pencitraan guna menarik perhatian pemilih. Dalam melaksanakannya tim relawan bekerja agar mampu membangun citra yang baik pada calon independen di tengah masyarakat. Adapun cara yang dilakukan adalah melakukan pendekatan persuasif dimana tim relawan melakukan komunikasi kepada pemilih dengan cara mempengaruhi atau meyakinkan melalui citra baik pasangan calon guna mempengaruhi calon pemilih.

Dalam penelitian ini peneliti menemukan pada tim relawan Ramlan-Irwandi tidak hanya melakukan publikasi terkait calon yang

diusung melainkan juga melakukan publikasi pers tentang petahana nomor urut 5, seperti yang dijelaskan oleh Indra Utama pada wawancara 13 Desember 2018 sebagai berikut:

Ketika sosialisasi door to door kami juga membagikan selebaran dari berita-berita yang mampu menurunkan citra petahana, salah satu contohnya adalah 25 teguran dari DPRD kepada pak ismet selaku petahana waktu itu.

Melemahnya citra petahana di manfaatkan sangat baik oleh tim relawan calon independen Ramlan-Irwandi, mengingat pada pilkada tahun 2010 petahana merupakan pesaing Ramlan yang paling kuat untuk maju sebagai walikota. Dengan mempublikasikan berita yang merugikan petahana terbukti mampu meningkatkan elektabilitas calon independen Ramlan-Irwandi sehingga mampu memenangkan Pilkada Kota Bukittinggi dengan perolehan suara 41,84%.

c. Harga (*Price*)

Apabila berbicara tentang harga dalam marketing politik pada saat pasangan calon independen Ramlan-Irwandi bertarung pada Pilkada Kota Bukittinggi, adalah sebuah rangkaian dari bagaimana suatu produk politik dan promosi politik terdistribusi kepada pemilih. Ada beberapa hal yang harus dijelaskan dalam harga sebagai penggerak dari manuver marketing politik, adapun beberapa hal yang mencakup mulai dari ekonomi sampai psikologi.

Harga ekonomi secara umum meliputi semua biaya yang dikeluarkan oleh kandidat dan tim relawan selama periode kampanye. Mulai dari biaya iklan, publikasi, hingga biaya operasional lainnya selama kampanye. Sedangkan harga psikologi mengacu pada pemilih yang melihat kandidat dengan latar belakang etnis, agama, pendidikan dan lainnya seorang kandidat (Firmanzah, 2012: 205). Dalam penelitian ini, harga dalam marketing politik penting sebagai penindak lanjutan dari analisis produk dan promosi politik pada pasangan calon independen Ramlan-Irwandi dalam Pilkada Kota Bukittinggi. Adapun besaran biaya yang telah ditetapkan KPU dalam membatasi kampanye pada Pilkada di Kota Bukittinggi sebesar Rp 4.995.637.500.

Pada penelitian ini dana kampanye calon independen ini berasal dari uang pribadi pasangan calon independen Ramlan-Irwandi, sebagaimana yang diketahui bahwa tidak ada instansi atau lembaga terkait yang membantu pasangan calon independen untuk memberikan sumbangan. Sebagaimana disampaikan Ramlan Nurmantias selaku calon independen pada wawancara 12 Desember 2018 di kantor walikota bukittinggi sebagai berikut:

Sebagai calon walikota yang maju di pilkada tanpa menggunakan partai politik sebagai tunggangan. Saya mengeluarkan dana sendiri untuk biaya kampanye.

Dari pernyataan diatas, bahwa dana kampanye merupakan persoalan dasar untuk menggerakkan roda-roda kampanye dalam Pilkada Kota Bukittinggi. Pada pilkada Bukittinggi Tahun 2015 pasangan calon independen lebih memilih menggunakan dana pribadi. Penggunaan dana pribadi tentu memiliki resiko yang besar dalam menjangkau masyarakat, karena sumber dana kampanye hanya berasal dari pasangan calon saja. Berikut adalah laporkan dana kampanye atau LPSDK pasangan calon independen Ramlan-Irwandi pada Pilkada Kota Bukittinggi tahun 2015:

Tabel 3.1

**LPSDK pasangan calon independen Ramlan-Irwandi pada
Pilkada Kota Bukittinggi tahun 2015**

No	Asal sumbangan dana kampanye	Bentuk Sumbangan Dana Kampanye			Jumlah
		Uang	Barang	Jasa	
1	Pasangan Calon	800.000.000	-	-	800.000.000
	a. M. Ramlan Nurmantias	800.000.000	-	-	-
	b. Irwandi	-	-	-	-
2	Sumbangan Pihak Lain Perseorangan	-	-	-	-
3.	Sumbangan Pihak Lain Kelompok	-	-	-	-

4	Sumbangan Pihak Lain Badan Hukum Swasta	-	-	-	-
	Total	800.000.000			800.000.000

Sumber: KPU Kota Bukittinggi

Berdasarkan tabel diatas, dana kampanye pasangan calon independen Ramlan-Irwandi seluruhnya berasal dari dana pribadi calon walikota independen yakni Ramlan Nurmantias yaitu sebesar Rp 800.000.000. Menurut Indra Utama selaku tim relawan calon independen Ramlan-irwandi modal awal yang dikeluarkan calon independen lebih sedikit dari pada menggunakan jalur partai politik, seperti pernyataanya sebagai berikut pada wawancara 13 Desember 2018:

Jika melalui partai 1 kursi dprd bisa 200-300juta maka 4 kursi akan menghabiskan kurang lebih 1M, bandingkan menggunakan jalur independen, kita putuskan harga 1 KTP seharga Rp 3000 untuk foto copy. Maka kira-kira 20.000 KTP hanya menghabiskan 60jt jauh lebih murah dari pada mahar partai politik.

Adapun harga psikologi merupakan orientasi pemilih yang melihat calon kandidat melalui latar belakang etnis, agama, pendidikan dan lainnya dari seorang kandidat. Pada kontek ini tim relawan digerakkan untuk mencari tahu dan menganalisa bagaimana orientasi pemilih selama proses kampanye berlangsung. Sebagaimana yang dijelaskan Indra Utama sebagai tim relawan pasangan calon independen

Ramlan-Irwandi pada wawancara tanggal 13 Desember 2018 sebagai berikut:

Bukittinggi dengan masyarakatnya yang heterogen kami menggunakan strategi pembentukan tim relawan di setiap etnis dan agama misalnya majelis taklim, perkumpulan cina, batak maupun sundah. Kami membentuk tim khusus disitu.

Sebagaimana yang dijelaskan diatas, Kota Bukittinggi merupakan kota heterogen yang terdiri dari berbagai etnis dan agama. Pengaruh psikologi terhadap pemilih yang memiliki pengaruh dasar secara etnisitas dan menjadi bagian penting dalam perjalanan politik terlebih pada momentum Pilkada. Calon kepala daerah yang berkompetisi dalam Pilkada, akan dikelompoknya oleh pemilih mulai dari latar belakang mereka seperti pendidikan, agama dan etnis.

Pasangan calon independen baik itu Ramlan maupun Irwandi merupakai putra asli kurai bukit tinggi, Ramlan Nurmantias sendiri memiliki gelar adat Datuk Nan Basa di suku koto. Seperti yang dijelaskan Diarti selaku tim relawan pasangan calon independen Ramlan-Irwandi pada wawancara 14 Desember 2018 sebagi berikut:

Semua anggota suku koto sudah pasti mendukung bapak Ramlan, selain dia berasal dari suku koto, bapak Ramlan juga terkenal baik, pandai bersosialisasi, pintar dan suka membantu orang.

Modal psikologi ternyata mampu meningkatkan dukungan kepada calon independen Ramlan-Irwandi. Mulai munculnya kerinduan akan pemimpin asli putra daerah memberi peluang bagi kedua calon ini

memenangkan pilkada Kota Bukittinggi tahun 2015. Hal ini juga di amini oleh Ramlan Nurmantias pada wawancara tanggal 12 Desember 2018 di kantor walikota Bukittinggi sebagai berikut:

Saya melihat kampung saya tidak maju-maju, sebagai putra asli Kurai Bukittinggi saya terpanggil untuk mengabdikan dan mengambil kebijakan tentu harus masuk ke dunia politik salah satunya maju sebagai calon walikota Bukittinggi.

Dari pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa Ramlan Nurmantias menjadikan ikatan psikologis sebagai salah satu alasan kuat untuk maju sebagai calon walikota Bukittinggi tahun 2015. Penggunaan kata putra asli kurai bukittinggi merupakan salah satu strategi menyerang calon kandidat lainnya yang tidak mampu menawarkan ikatan psikologis tersebut.

d. Penempatan (*Place*)

Ketika praktik dilapangan tim relawan merupakan instrumen yang bertugas monitoring dan membaca apa saja kebutuhan yang dibutuhkan masyarakat dalam suatu wilayah tertentu. Apakah produk politik yang sudah ada cukup didistribusikan saja menggunakan media atau apakah perlu ada tatap muka secara langsung dengan masyarakat, merupakan hal yang harus diperhatikan dalam distribusi politik. Disini tim relawan dituntut untuk mampu mengidentifikasi pemetaan wilayah yang akan menjadi objek distribusi politik mereka.

Adapun metode yang dilakukan pasangan calon independen Ramlan-Irwandi adalah dengan hadir ditengah-tengah masyarakat dan berkomunikasi untuk mendapatkan dukungan suara, atau disebut juga dengan istilah *door to door*. Mendatangi rumah-rumah secara langsung merupakan bagian dari cara hadir calon independen dalam mendistribusikan pesan politiknya kepada pemilih. Dalam proses kampanye berlangsung, pasangan calon independen Ramlan-Irwandi melakukan kegiatan kunjungan pada beberapa rumah terpilih dan mengikuti kegiatan rutinitas masyarakat. Sebagaimana yang terlihat pada gambar berikut:

Gambar 3.2

Acara Silaturahmi dan Sosialisasi



Sumber : Facebook tim relawan.

Cara hadir kandidat dalam suatu tempat tidak terlihat mudah seperti dalam gambar. Terdapat proses mobilisasi dan lobi yang dilakukan tim relawan dibelakang layar. Untuk itu tim relawan menjadi tombak terdepan kandidat dalam menyampaikan pesan politik agar mampu mendapatkan sebuah komunikasi yang intensif bersama masyarakat. Seperti yang disampaikan Indra Utama selaku tim relawan paada tanggal 13 Desember 2018 di kediamannya:

Kami memilih rumah yang paling besar di sekitar pemukiman warga kemudian memobilisasikan, setelah berkumpul saya memaparkan permasalahan perkotaan yang kemudian dilanjutkan bapak Ramlan memaparkan program-program yang ia tawarkan.

Salah satu faktor kemenangan pasangan calon independen Ramlan-Irwandi dalam distribusi politik kepada pemilih adalah tim relawan yang massif dan solid. Semangat melakukan perubahan di Kota Bukittinggi dan keinginan untuk mengganti walikota yang lama membuat tim relawan Ramlan-Irwandi sangat solid untuk mendukung Ramlan-Irwandi memenangkan Pilkada Bukittinggi tahun 2015.

Dalam mengkaji strategi pemenangan tentu tidak hanya dilihat dari satu pihak saja, karena strategi merupakan hal yang aktif dan dinamis. Strategi bisa jadi merupakan sebuah bentuk penyerangan untuk kandidat lainnya meskipun bukan secara verbal, guna mendapatkan simpati pemilih. Dalam penelitian ini peneliti menemukan strategi-strategi yang sengaja di bentuk guna menyerang kandidat lain.

Seperti yang disampaikan Indra Utama selaku tim relawan paada tanggal 13 Desember 2018 di kediamannya:

Pada pilkada sebelumnya yaitu tahun 2010, satu-satunya lawan bapak Ramlan untuk maju sebagai walikota adalah bapak Ismet, oleh karena itu pada Pilkada Tahun 2015 kemarin kami lebih memfokuskan strategi mengalahkan petahana tersebut.

Dari wawancara tersebut dapat dilihat bahwa strategi merupakan sebuah serangan balik atas strategi yang dilakukan lawan. Sejak awal pembentukan Tim relawan, Ramlan-Irwandi memilih hampir 80% relawan nya adalah ibu-ibu, hal ini tidak terlepas dari banyaknya ibu-ibu yang kecewa atas kepemimpinan petahana yang tidak mampu menyelesaikan persoalan pengadaan air bersih, kekecewaan tersebut dimanfaatkan Ramlan-Irwandi untuk mendapatkan simpati pemilih. Sama halnya dengan produk politik yang ditawarkan Ramlan-Irwandi yakni dengan *tagline* “Perubahan”, pemilihan *tagline* ini merupakan strategi melawan petahana yang menawarkan *tagline* produk “lanjutkan”. Dalam strategi harga psikologi atau pendekatan secara psikologi pasangan calon independen Ramlan-Irwandi menawarkan slogan “Putra asli Kurai”, tentu hal ini juga merupakan sebagai serangan untuk kandidat lainnya yang tidak mampu menawarkan pendekatan psikologis ini.