

BAB III

PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMENANGAN RIDWAN KAMIL DI PILKADA JAWA BARAT 2018

Sebagaimana yang telah dibahas pada bab pendahuluan dan bab deskripsi objek dari penelitian ini, yang menjelaskan tentang peran media sosial dalam pemenangan Ridwan Kamil di Pilkada Jawa Barat tahun 2018, untuk itu ada beberapa indikator yang menjadi tolak ukur, dalam penelitian ini akan membahas tentang pemasaran politik melalui media sosial dalam pemenangan Ridwan Kamil di Pilkada Jawa Barat tahun 2018.

Pada bagian ini penulis akan menyampaikan secara jelas strategi pemasaran yang dilakukan melalui media sosial, Penulis menggunakan teori dari Firmanzah sebagai indikator pemasaran politik yaitu produk, promosi, harga dan tempat, yang digunakan penulis sebagai tolak ukur dalam penelitian, yang disertai beberapa data pendukung yang telah didapatkan penulis. Untuk itu penulis mengasumsikan hasil dari penelitian dengan indikator pengukur yang dijadikan acuan dalam pemasaran politik sebagai berikut:

A. Product (Produk)

Pada Pilkada Jawa Barat tahun 2018 Ridwan Kamil beserta tim pemenangannya menjadikan media sosial sebagai alat untuk memasarkan produk berupa konsep atau gagasan, yang berbentuk program. Melalui produk tersebut nantinya Ridwan Kamil beserta wakilnya bisa dikenal oleh khalayak ramai dan bisa menjelaskan mengenai apa yang ditawarkannya. Selain itu dapat juga menjadi ciri khas tersendiri bagi Ridwan Kamil dan pasangannya.

Menurut Firmanzah (2012) Produk partai politik yang dijual adalah platform, gagasan-gagasan, konsep-konsep, janji-janji yang memberikan harapan perbaikan nasib dimasa mendatang, dan sebagainya. Jadi sifat lebih abstrak, untuk platform, gagasan, konsep-konsep, janji-janji tersebut perlu dirinci dalam produk yang lebih spesifik dan praktis berupa program-program konkrit. Kemudian dimasyarakatkan kepada kelompok sasaran melalui jalur komunikasi. Adapun indikator yang terkait dalam produk itu sendiri yaitu platform, rekam jejak, dan karakteristik personal.

a. Platform

Jika kita berbicara mengenai platform maka kita berbicara mengenai visi misi dari kandidat, dalam hal ini Ridwan Kamil sebagai calon gubernur memiliki visi yang sudah dia bawa sebelum dia mencalonkan diri menjadi calon gubernur. “JAWA BARAT JUARA LAHIR BATIN” itulah visi yang digaungkan sejak Ridwan Kamil mendeklarasikan dirinya menjadi calon gubernur pada Pilkada Jawa Barat tahun 2018, bahkan sebelum beliau diusung oleh partai serta belum memiliki calon wakil gubernur. Jika kita melihat ketiga akun media sosial Instagram @ridwankamil, @rindujabarjuara, dan @rkjabarjuara memiliki kesamaan dalam menyampaikan visi dan misi dan secara jelas dalam memaparkannya serta saling melengkapi.

Gambar 3.1 Postingan Ridwan Kamil



(Sumber: @ridwankamil)

Dapat kita lihat pada postingan di akun pribadi Ridwan Kamil, Ridwan Kamil memposting gambar berupa dirinya bersama wakilnya yaitu Uu Ruzhanul Ulum dan dengan memberikan kalimat “JABAR JUARA” pada bagian kanan atas, dapat dianalisis bahwa visi yang dia buat dijadikan juga sebagai tagline dari setiap kampanyenya dimana “JABAR JUARA” mendefinisikan semua program serta misi yang akan dijalankan selama berkampanye dan ketika menjabat. Jadi secara tidak langsung Ridwan Kamil telah membuat suatu mindset kepada masyarakat bahwa mereka menekankan pada “JABAR JUARA”. Serta diposting ini yang di unggah pada Januari tanggal 7 menjadi postingan pertamanya dalam menyampaikan visi secara tersirat melalui kalimat “JABAR JUARA”.

Sekretaris DPW NasDem Jawa Barat, Rahmat, mengatakan “JABAR JUARA” menjadi makna bahwa Jawa Barat akan menjadi Provinsi terbaik dengan dipimpin oleh kang Emil (wawancara, 21 November 2018). Secara jelas partai

NasDem mengusung Ridwan Kamil karena visi yang dibawa oleh Ridwan Kamil merepresentasikan keinginan dan tujuan NasDem untuk bagaimana Jawa Barat kedepannya, jadi memiliki tujuan dan cita-cita yang sama.

Gambar 3.2. Postingan Kampanye Ridwan Kamil



(Sumber: @ridwankamil)

Pada postingan berikutnya yaitu tanggal 20 Januari Ridwan Kamil kembali memposting dirinya bersama wakilnya dengan kembali menggunakan tagline “JABAR JUARA” namun dengan tambahan tahun atau periode kepemimpinan saat nanti menjadi pemimpin Jawa Barat yaitu tahun 2018-2023. Jika kita melihat dua postingan ini Ridwan Kamil tetap menggunakan tagline sebagai penyampaian visi, jadi tidak perlu langsung memberikan visi yang panjang melainkan menyempitkan visi dengan tagline. Bahkan dalam kedua postingannya selalu disempitkan dengan hastag #RINDU atau jika diartikan RidwanUu. Hal ini lah yang mulai membuat masyarakat memiliki mindset bahwa ketika ada kata #RINDU atau “JABAR JUARA” maka langsung akan berkonotasi kepada Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum. Namun yang menarik dalam postingan ini adalah bagaimana Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum membawa alat musik Saxophones dan biola yang mempunyai alunan atau suara yang indah. Jadi jika di

kontekskan kedalam makna “JABAR JUARA” maka indahny Jawa Barat itu ya ketika “JABAR JUARA” bersama RINDU.

Berikutnya kita akan melihat akun instagram dari @rindujabarjuara dimana akun ini dikelola oleh tim sukses dari pasangan RINDU dengan memberitakan info-info kampanye dari RINDU.

Gambar 3.3. Misi RINDU



(Sumber: @rindujabarjuara)

Jika kita melihat postingan dari @rindujabarjuara dapat dilihat bahwa tagline yang sama tetap digunakan dibagian caption namun mengenai gambar di akun instagram ini sudah tidak hanya memaparkan gambar calon melainkan sudah memposting berupa program kerja yang akan dilakukan oleh RINDU. Jelas diposting ini ada program kerja dari pasangan RINDU yaitu Kredit Melati dan Kredit Mesra yang mana menjadi program yang akan dilaksanakan ketika berhasil memenangkan PILKADA Jawa Barat tahun 2018.

Kredit Melati (melawan rentenir) adalah sebuah inovasi bagi masyarakat kecil untuk dapat mendapatkan modal usaha dengan peminjaman Rp 500 ribu – Rp 5 juta tanpa bunga dan tanpa agunan dengan difasilitasi oleh Bank BJB. Jadi tujuan Kredit ini yaitu masyarakat diminta untuk tidak meminjam uang kepada rentenir yang bunganya besar.

Selanjutnya ada Kredit Mesra (Masyarakat Ekonomi Sejahtera) di Masjid maupun tempat ibadah lainnya. Sasaran dari Kredit Mesra adalah jamaah masjid atau jamaah Gereja maupun jamaah lainnya. Jadi kedua program ini mempunyai tujuan sama untuk membantu masyarakat tidak mampu untuk dapat membuka usaha maupun sebagainya.

Gambar 3.4. Layad Rawat



(Sumber: @rindujabarjuara)

Gambar 3.5. Kekasih Juara



(Sumber: @rindujabarjuara)

Bahkan di postingan berikutnya memaparkan program-program yang akan dijalankan nantinya, adanya Layad Rawat dan Kekasih Juara menjadi misi atau program kerja ketika terpilih nanti.

Layad Rawat adalah program pelayanan kesehatan untuk warga kurang mampu dengan mendatangi langsung warga yang sedang sakit. Jadi program ini

menekankan bukan warga yang mendatangi dokter tetapi dokter yang mendatangi warga. Berikutnya ada Kekasih Juara yaitu kendaraan konseling silih asih dengan gerakan sebuah kendaraan yang hadir memberikan pelayanan konsultasi kesehatan dan program inovasi jemput bola, dengan tujuan memberi solusi terhadap permasalahan psikologis warga Jawa Barat.

Dalam hal ini akun Instagram @rindujabarjuara memfokuskan pada program kerja namun tetap selalu membawa tagline disetiap postingannya. Namun berbeda dengan akun @rkjabarjuara dimana akun ini dikelola oleh relawan yang mendukung Ridwan Kamil sebagai calon gubernur bahkan akun atau relawan ini sudah berdiri sejak tahun 2017 dan berfokus pada kegiatan Ridwan Kamil dalam menyapa masyarakat dan kampanye.

Gambar 3.6 Karikatur Ridwan Kamil



(sumber: @rkjabarjuara)

Ini lah postingan dengan tagline pertama untuk akun Instagram dimana tagline berupa #JABARJUARA menjadi caption yang menyampaikan bahwa bersama Ridwan Kamil Jawa Barat akan juara, bahkan #JABARJUARA ini menjadi dasar dari seluruh visi, misi dan program kerja yang akan dikampanyekan dan direalisasikan. Terlihat dengan memberikan karikatur gambar Ridwan Kamil dengan nama lengkap dan gelarnya serta dengan captionnya secara tidak langsung memberikan informasi kepada masyarakat bahwa #JABARJUARA bersama Ridwan Kamil.

Gambar 3.7 Jabar Juara



(Sumber: @rkjabarjuara)

Gambar 3.8 JABAR JUARA



(Sumer: @rkjabarjuara)

Jika kita analisis tagline “JABAR JUARA” makna ini sudah tidak hanya menjadi kiasan kampanye saja melainkan menjadi sebuah kalimat universal yang memiliki banyak makna mengenai Jawa Barat yang seperti apa yang juara itu. Hal ini yang disampaikan di Instagram @rkjabarjuara dimana akun ini memaparkan dari hal universal hingga ke khusus. Bahkan masyarakat diajak untuk menyampaikan Jabar Juara yang seperti apa yang diinginkan dan diidam-idamkan.

Gambar 3.9 Program Kerja



(Sumber: @rkjabarjuara)

Pada postingan ini menjelaskan mengenai apa saja program yang akan dijalankan oleh pasangan RINDU saat terpilih nanti, dimana menekankan pada 9 program kerja RINDU yaitu adanya

1. LAJA adalah lapangan kerja baru dengan gerakan membuka lapangan kerja baru dan wirausaha baru.
2. SEMUR atau sembako murah dengan cara menjaga stabilitas harga sembako dengan cara-cara efisien.

3. JAMU yaitu jalan mulus dengan gerakan jalan mulus 100% hingga pelosok desa.
4. OPKA yaitu one product one kampung dengan mengedepankan satu desa satu produk lokal internasional.
5. WAJIT yaitu pariwisata jitu dengan gerakan satu wisata keren dalam setiap kota maupun kabupaten.
6. CIKUR yaitu Citarum juara dengan gerakan Citarum bersih, harum, dan bermanfaat.
7. TALAS yaitu petani nelayan sejahtera dengan memperhatikan kebutuhan dan keberhasilan usaha petani dan nelayan.
8. LEMPER yaitu lembur peduli energi dengan gerakan seluruh Jawa Barat teraliri listrik 100%.
9. BUBUR yaitu buruh bisa makmur dengan cara mensubsidi pengeluaran pendidikan, kesehatan, dan transportasi bagi para buruh.

Dapat kita lihat dari ketiga akun ini bahwa product berupa platform dari RINDU sudah sangat jelas disampaikan dimedia sosial Instagram dengan ketiga akun ini saling melengkapi bahkan ketika kita ingin tahu lebih dalam maka kita harus membuka ketiga akun tersebut agar kita bisa lebih paham atau mengerti apasih visi misi dari RINDU.

b. Rekam Jejak

berikutnya adalah rekam jejak dalam hal ini yang dilihat adalah prestasi atau capaian-capaian yang pernah di dapat oleh kandidat. Dalam hal ini Ridwan Kamil menjadi yang paling disorot mengenai apa saja catatan yang pernah dia dapatkan. Jika kita melihat 3 akun Instagram ada beberapa point yang didapat mengenai rekam jejak dari Ridwan Kamil.

Gambar 3.10 Penghargaan RidwanKamil



(Sumber: @ridwankamil)

Dalam postingan diatas Ridwan Kamil mendapatkan penghargaan dengan menjadi juara terbaik dalam manajemen perburuhan terbaik dan manajemen relasi Tripartit (Pemerintah, Pengusaha dan Buruh) pada saat kepemimpinannya beliau menjadi walikota Bandung. Dalam postingannya jelas bahwa Ridwan Kamil menunjukkan kualitasnya selama menjadi walikota Bandung dengan mendapatkan penghargaan tersebut.

Sumber 3.11 Pendidikan RidwanKamil



(Sumber: @rindujabarjuara)

Berbeda dengan akun @rindujabarjuara dimana akun ini menjelaskan sejarah atau pendidikan terdahulu yang Ridwan Kamil tempuh. Jika kita berbicara gelar jelas Ridwan Kamil memiliki gelar pendidikan yang baik dimana dia bahkan pernah mendapatkan gelar master di University of California. Akun ini berusaha memperkenalkan Ridwan Kamil kepada masyarakat dengan melihat latar belakang pendidikannya.

Koordinator lapangan relawan RINDU, Iqbal, mengatakan bahwa kita ingin masyarakat tahu bahwa ini lah calon terbaik yang kalian inginkan dengan tingkat pendidikan yang baik, bagus, dan cemerlang bahkan dengan prestasi-prestasinya (wawancara, 20 November 2018).

Gambar 3.13 penghargaan Indonesia's Attractiveness



(Sumber: @rkjabarjuara)

Gambar 3.14 Penghargaan Best Overall Indonesia Visionary Leader



(Sumber: @rindujabarjuara)

Jika kita melihat kedua gambar diatas Ridwan Kamil dilihat dari rekam jejak memang sudah tidak diragukan lagi. Dengan mendapatkan banyak

penghargaan mulai dari Walikota terbaik tahun 2017, Indonesia's Attractiveness dan Best Overall Indonesia Visionary Leader semuanya beliau dapatkan melalui kerja kerasnya.

Ketua bidang Medkom dan Publik DPW Partai Nasdem Jawa Barat, Abu Laka, mengatakan inilah mengapa Ridwan Kamil kami usung menjadi calon Gubernur Jawa Barat tahun 2018 karena beliau memiliki rekam jejak yang sudah tidak diragukan lagi, dengan berbagai penghargaannya dia sangat layak untuk memimpin Jawa Barat. (wawancara, 7 November 2018).

Dari pernyataan diatas jelas bahwa Ridwan Kamil di pilih bukan karena golongan apa melainkan karena rekam jejak yang dia miliki. Bahkan rekam jejak dijadikan senjata untuk berkampanye.

Gambar 3.15 Gerakan Subuh Berjamaah



(Sumber @rkjabarjuara)

Bahkan tidak hanya rekam jejak pendidikan atau penghargaan, rekam jejak dari sisi agama Ridwan Kamil selalu mengisi tausyiah di Masjid ketika dia solat subuh berjamaah di Masjid tersebut. Jadi ketika melihat rekam jejak dari sisi agama Ridwan Kamil bisa disebut baik karena keteladanan dia dalam beragama.

Gambar 3.16 Subuh Berjamaah



(Sumber @ridwankamil)

Bahkan Ridwan Kamil sejak menjadi walikota Bandung sampai saat ini menjadi Gubernur, Ridwan Kamil memiliki gerakan subuh berjamaah di masjid dengan selalu mengajak para pengikutnya di Instagram untuk melaksanakan solat subuh berjamaah di Masjid, bahkan dia sampai berkeliling masjid di Jawa Barat untuk melaksanakan solat subuh bersama masyarakat Jawa Barat. Gerakan inilah yang membuat masyarakat semakin percaya bahwa dia adalah pemimpin yang religius.

Wakil sekretaris Syuro DPW PKB Jawa Barat, Imbar Usman, mengatakan gerakan inilah (Subuh berjamaah di Masjid) yang membuat partai PKB ikut mengukung Ridwan Kamil untuk menjadi Gubernur Jawa Barat karena PKB merasa gerakan seperti ini (subuh berjamaah) harus dimulai dari sang pemimpin agar bisa ditiru oleh masyarakat (wawancara, 21 November, 2018).

Jika kita berbicara mengenai rekam jejak rasanya sudah sangat cukup dan pantas untuk seorang Ridwan Kamil dicalonkan menjadi gubernur dengan bukti-bukti yang sudah dipaparkan diatas.

c. Karakteristik Pribadi

Ketika berbicara karakteristik maka kepribadian lah yang dilihat terhadap seorang kandidat, khususnya dalam hal ini Ridwan Kamil. Jika kita melihat kepribadian Ridwan Kamil di media sosial Instagram sangat banyak sekali baik dalam akun beliau maupun @rkjabarjuara.

Gambar 3.17 Foto Bersama



(Sumber: @rkjabarjuara)

Gambar 3.18 Kuliah Umum



(Sumber: @ridwankamil)

Dekat dengan masyarakat. Itulah ungkapan yang tepat untuk seorang Ridwan Kamil. Dia tidak sungkan untuk diajak foto bersama dengan siapapun bahkan dengan gaya apapun. Itulah mengapa Ridwan Kamil selalu disebut sebagai pemimpin yang ramah. Bahkan selain ramah Ridwan Kamil pun orang yang humoris terlihat dari postingan diatas dimana dia memberikan caption yang lucu mengenai postingannya.

Gambar 3.19 Touring Bersama



(Sumber: @ridwankamil)

Gambar 3.20 Ridwan Kamil Olah Raga



(Sumber: @ridwankamil)

Jika kita melihat humorisnya Ridwan Kamil terlihat diposting di atas dimana Ridwan Kamil tidak malu untuk memperlihatkan gambar dirinya sedang berolah raga dengan postur tubuh yang terlihat gemuk dan bahkan dengan caption yang lucu, maka tidak heran jika masyarakat selalu menganggap dia adalah pemimpin yang humoris bahkan jika kita berbicara dekat dengan masyarakat pun Ridwan Kamil tidak malu untuk mengendarai motor bersama anak-anak IMI.

Ketua relawan RINDU, Reza, mengatakan bahwa biarkan masyarakat melihat sendiri humorisnya kang Emil dari aktivitasnya di Instagram bahkan di dunia nyata ketika mereka bertemu. Senyum dan tawa masyarakat lah yang membuat kami yakin bahwa relawan RINDU harus memenangkan Ridwan Kamil di Pilkada Jawa Barat tahun 2018 (wawancara, 20 November 2018).

Tabel 3.1 Jumlah Like dan Postingan Produk.

No	Produk	Like	Posting
1	#rindujabarjuara	0 > 400.000	8.997
2	9 Program Kerja	0 > 250.000	7.931
3	Karakteristik Pribadi dan rekam jejak	0 > 600.000	5.554

(Sumber: Data Primer)

Dapat dilihat di atas bahwa produk yang banyak di like atau disukai oleh masyarakat yaitu mengenai karakteristik pribadi dan rekam jejak, karena pada setiap postingannya konten foto maupun caption memiliki hal yang menarik seperti kualitas foto dan isi caption yang humoris membuat hal ini lebih banyak yang menyukai walaupun postingan terbanyak didapat oleh tagline

#rindujabarjuara tetapi antusias masyarakat lebih melihat kepada karakteristik pribadi dan rekam jejak..

Disisi lain produk yang dipaparkan oleh ketiga akun Instagram tersebut memiliki fokus yang berbeda-beda namun saling melengkapi, dalam hal platform, @rkjabarjuara menjadi yang paling dominan dalam mempostingnya sedangkan pada rekam jejak 3 akun ini mampu saling melengkapi dalam mengisi konten kampanye. Karakteristik pribadi didominasi oleh postingan dari akun Instagram pribadi @ridwankamil. Disisi lain postingan kampanye Ridwan Kamil disukai lebih dari 250 ribu like secara tidak langsung masyarakat memiliki suatu pandangan yang baik jika kita melihat dari like dalam setiap postingannya. Jadi dalam hal ini 3 akun ini mampu saling menutupi kekurangan dari setiap konten yang disampaikan dan hasilnya kekurangan bagi setiap postingan tidak terlihat oleh masyarakat.

B. Promotion (Promosi)

Promosi memiliki artian didalam konteks pemasaran suatu partai politik dapat berbentuk sebuah kegiatan kampanye dengan menggunakan berbagai macam media misalnya melalui media cetak, elektronik, atau komunikasi yang dilakukan secara tatap muka langsung dengan calon pemilih. Dalam hal ini kita akan berbicara kampanye melalui Instagram pada Ridwan Kamil, jelas secara kampanye kreatifitas dari kampanye Ridwan Kamil berhasil menggaet masyarakat dengan sangat baik.

Dalam melaksanakan kegiatan promosi terdapat 2 cara yang dilakukan oleh Ridwan Kamil yaitu melalui Iklan (Advertising) dan juga Publikasi. Adapun penjelasannya sebagai berikut :

a. Advertising (Iklan)

Dalam hal iklan Ridwan Kamil bersama timses memiliki ciri khas dan keunikan dalam membuat suatu konten yang menarik baik dalam berkampanye maupun mengajak untuk mencoblos.

Gambar 3.21 kampanye Syahrini



(Sumber: @ridwankamil)

Gambar 3.22 Kampanye Laudya Cynthia Bella



(Sumber: @ridwankamil)

Jika kita melihat postingan diatas nampak jelas bahwa artis dijadikan sebagai objek kampanye untuk memilih Ridwan Kamil dengan cara membuat sebuah treasure video dengan meminta Syahrini dan Bella untuk bercerita

bagaimana sosok Ridwan Kamil lalu mengajak untuk menyoblos dia (Ridwan Kamil). Dalam hal ini ajakan untuk memilih Ridwan Kamil dengan menggunakan publik figur menjadi point utama agar masyarakat memiliki pemikiran bahwa publik figur saja memilih Ridwan Kamil mengapa saya tidak. Disisi lain publik figur menjadi daya tarik tersendiri dalam menggaet calon pemilih.

Gambar 3.23 Treasure Video 9 Program RINDU



(Sumber: @rindujabarjuara)

Jika kita melihat postingan berikutnya kita melihat bagaimana kampanye kreatif dengan konten animasi video. Dalam hal ini cara menyampaikan program kerja tidak berupa tulisan yang panjang melainkan dengan animasi video berisi apa program yang akan dijalankan kedepannya. dan terbukti bahwa kampanye yang dilakukan di media sosial berdampak sangat baik bagi masyarakat. Masyarakat menjadi terkesan akan hal ini, dimana reaksi atau respon masyarakat terhadap kampanye yang dilakukan Ridwan Kamil dan Timsesnya sangat diapresiasi oleh masyarakat karena kampanyanya yang kreatif.

Koordinator lapangan relawan RINDU, Iqbal, mengatakan ide kampanye berawal dari pemikiran kang Emil sendiri untuk mengajak publik figur agar ambil

bagian dalam memenangkan beliau dan membuat semenarik mungkin animasi video agar mudah dimengerti oleh masyarakat (wawancara, 20 November 2018).

Memang tidak dapat dipungkiri bahwa Ridwan Kamil adalah seorang pemimpin milenial, dia mampu memanfaatkan media sosial dengan sebaik mungkin untuk kemenangannya baik dalam mengambil hati pemilih pemula maupun pemilih lama.

b. Publikasi

Setelah melalui kegiatan Adversiting kegiatan selanjutnya dalam mempromosikan Ridwan Kamil yang dilakukan oleh para tim sukses dan relawan yang ada yaitu melalui publikasi. Publikasi merupakan kegiatan membangun citra terhadap persepsi publik yang kemudian dilaksanakan melalui cara membangun suatu pencitraan agar dapat menarik perhatian publik. Dalam hal ini yang dilakukan oleh Ridwan Kamil ialah bagaimana tidak hanya bicara masyarakat pengguna media sosial melainkan turun ke masyarakat atau blusukan adalah agenda yang paling penting dengan tujuan agar lebih paham dengan masyarakat. namun tetap dalam media sosial Instagram Ridwan Kamil maupun relawan tetap memberikan info mengenai kegiatan apa yang Ridwan Kamil lakukan.

Gambar 3.24 Blusukan Ridwan Kamil



(Sumber: @rkjabarjuara)

Terlihat jelas bahwa Ridwan Kamil dalam potingan diatas sedang melakukan blusukan ke pasar induk Cibinong sembari menyapa dan berbincang dengan warga, terlihat jelas bahwa pencitraan yang disampaikan kepada publik

berhasil membuat masyarakat kagum dengan dia yang mau turun langsung ke masyarakat.

Gambar 3.25 Blusukan Ridwan Kamil



(Sumber: @rkjabarjuara)

Bahkan pencitraan pada gambar diatas melihtakan bahwa tidak ada pembatas antara sang pemimpin dengan masyarakat, Ridwan Kamil hadir dan berbahagia bersama dengan masyarakat, ituah mengapa pencitraan ini berhasil dilakukan atau berdampak positif terhadap kemenangan Ridwan Kamil. Mendengarkan dan menjaring aspirasi adalah tujuan Ridwan Kamil untuk turun langsung kepada masyarakat.

Ketua relawan RINDU, Reza, mengatakan bahwa terserah masyarakat mau menganggap itu pencitraan semata atau apapun tetapi yang pasti pada kenyataannya kang Emil benar-benar turun ke masyarakat dan benar-benar hadir bersama masyarakat (Wawancara, 20 November 2018).

Tabel 3.2 Like dan Postingan Promosi

No	Promosi	Like/Viewers	Posting
1	Publik Figur	0 > 700.000	264
2	Animasi Video	0 > 1.000	4.650
3	Publikasi	0 > 900	1.534

(Sumber: Data Primer)

Dari tabel diatas dapat kita lihat Promosi dalam hal publik figur menjadi yang paling banyak dilihat oleh masyarakat walaupun postingannya sedikit, hal ini disebabkan karena daya tarik publik figur menjadi sorotan utama bagi masyarakat karena publik figur menjadi senjata utama dalam berkampanye dengan memiliki penggemar atau pengikut yang dapat digiring untuk memilih Ridwan Kamil.

Promosi yang diposting oleh 3 akun ini dalam hal advertising lebih didominasi oleh akun @ridwankamil dan @rkjabarjuara sedangkan untuk @rindujabarjuara tidak banyak posting mengenai promosi. Disisi lain dalam hal publikasi akun @rkjabarjuara yang paling sering memposting publikasi yang dilakukan Ridwan Kamil ketika turun langsung ke masyarakat. Masyarakat sangat menyukai konten-konten yang disampaikan dalam kampanye Instagram. Hal ini membuktikan bahwa konten-konten yang disampaikan di Intsagram Ridwan Kamil sangat digemari oleh masyarakat secara luas.

C. Price (Harga)

Harga diartikan didalam pengertian Marketing Politik dapat mencakup banyak hal yang ada. Harga atau Price merupakan alat dalam mensukses kan kampanye yang dilakukan suatu partai politik. Kesiapan suatu partai politik dalam keikut sertaannya berkompetisi pada pemilu yang diselenggarakan, ketersediaan dana merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi oleh sebuah partai politik.

a. Biaya Ekonomi

Jika kita melihat bagaimana biaya ekonomi yang dikeluarkan oleh pasangan RINDU tercatat oleh KPU JABAR sebesar Rp 807 juta. Dana itu berasal dari donatur perusahaan sebesar Rp 350 juta rupiah dan sisanya itu adalah udunan warga.

Jika kita berbicara mengenai Instagram sebagai penggerak biaya kampanye maka ada 2 point dalam menggerakkan tersebut. Pertama bagaimana Instagram menjadi alat kampanye efisien yang mampu menekan biaya kampanye sedemikian rupa, karena kampanye di Instagram sendiri tidak memakan biaya yang sangat besar seperti membuat baliho ataupun pamflet. Namun ketika kita berbicara biaya pada Instagram maka lebih berbicara kepada perangkatnya itu sendiri, seperti pengeluaran gadget, kuota intrernet dan sebagainya. Disisi lain Instagram sendiri atau media sosial akan menjadi alat kampanye yang sangat baik dengan dibuatnya sebuah tim (Tim media sosial) sebagai perancang dalam kampanye di Instagram. Yang menjadi titik berat dalam berkampanye di media sosial khususnya di Instagram adalah bagaimana konten yang harus baik tidak asal memposting gambar-gambar melainkan harus mampu berkreatifitas dalam membuat suatu konten agar menarik dilihat.

Kedua adalah bagaimana Instagram sebagai gerakan donasi atau ajakan mengumpulkan dana kampanye. Inilah yang dilakukan oleh Ridwan Kamil beserta relawannya dengan tujuan menekan dan tidak membebani biaya kampanye kepada calon Gubernur khususnya Ridwan Kamil maka diadakan lah gerakan udunan warga. Udunan warga ini adalah sebuah gerakan yang dibuat oleh Ridwan Kamil dan relawan RK dengan tujuan untuk mendanai kampanye calon pasangan

ini dengan cara melibatkan masyarakat untuk ikut menyumbangkan hartanya minimal sebesar Rp 10 ribu.

Gambar 3.26 Udunan Warga



(Sumber: @rkjabarjuara)

Bahkan gerakan ini adalah gerakan pertama kali dalam sejarah Pilkada Jawa Barat dimana media sosial mampu mengajak, menggerakkan, bahkan meminta masyarakat tidak hanya ambil bagian dalam memilih tetapi juga ikut berkontribusi terhadap keberlangsungan Jawa Barat kedepannya dengan cara ikut udunan warga untuk berkampanye membangun “JABAR JUARA” bersama RINDU.

Gambar 3.27 Udunan Warga



(Sumber: @rkjabarjuara)

Tujuan dari udunan warga ini pun agar mengurangi pembengkakan biaya kampanye yang selama ini selalu membengkak kepada calon, disisi lain gerakan ini menyadarkan masyarakat bahwa tidak selalu politik itu membutuhkan mahar atau bahkan dana yang sangat besar. Sekertaris DPW NasDem Jawa Barat, Rahmat, mengatakan, gerakan ini menunjukkan bahwa tidak ada namanya mahar dalam politik untuk sebuah pencalonan, gerakan udunan warga sebagai upaya bahwa masyarakat ingin sosok pemimpin yang bersih, dan bukan maju karena memiliki dana yang besar melainkan keinginan untuk memperbaiki Jawa Barat, maka NasDem akan mengatakan tidak ada mahar sama sekali dalam pencalonan, kampanye, bahkan kemenangan Ridwan Kamil pada pilkada Jawa Barat tahun 2018 semua real dari masyarakat (Wawancara, 21 November 2018).

b. Biaya Psikologis

Biaya Psikologis yang dimaksud merupakan bentuk pemenuhan persepsi serta psikologi calon pendukung. Hal ini dilakukan dengan memberikan kenyamanan, kepercayaan dan juga optimisme calon pendukung melalui latar belakang, agama, Pendidikan, dan lainnya mencakup kepribadian calon yang akan

dipilih. Jika kita berbicara psikologis mungkin Ridwan Kamil lebih berbicara pada sosok humoris dan selalu bisa berbaur dengan kalangan apapun itulah yang menjadi point utama dalam hal ini.

Gambar 3.28 Photoshop Ridwan Kamil



(Sumber: @rkjabarjuara)

Lucu itulah yang terlihat pada gambar ini dimana Ridwan kamil tanpa canggung mengedit gambar superman dengan mengganti wajahnya dengan wajah beliau dan semakin lucu dan terkesan dengan ditambah caption yang baik. Tidak bisa dipungkiri dalam setiap postingan selalu ada bumbu humor disetiap caption dengan tujuan agar masyarakat tidak bosan dalam melihat postingan-postingannya. Dari postingan diatas jelas sasaran dari Ridwan kamil adalah para konten kreator atau masyarakat kreatif, mereka akan melihat sosok Ridwan Kamil ini mampu seframe atau sejalan dengan mereka karena postingan ini, jadi bagaimana Ridwan Kamil menggiring opini masyarakat kreatif untuk dapat memilih dia karena konten-konten yang dia buat sangat kreatif.

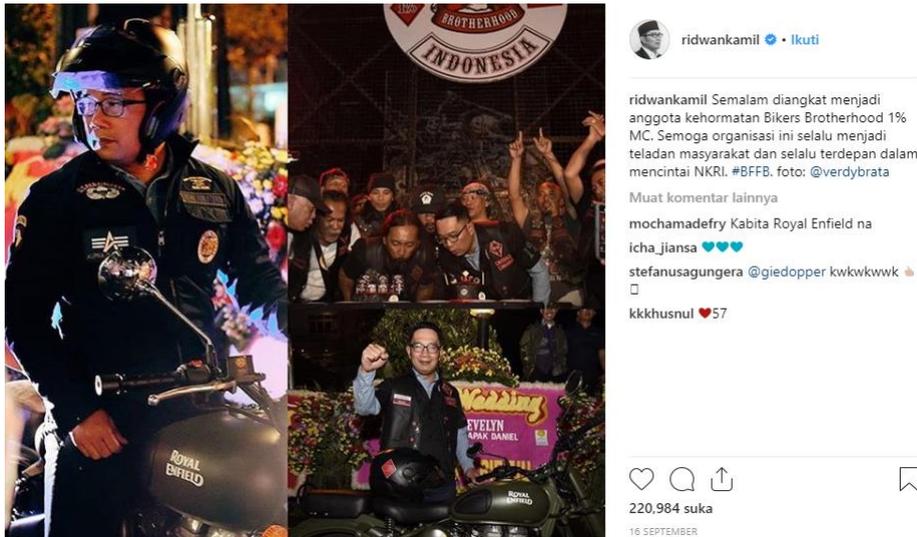
Gambar 3.29 Photoshop Ridwan Kamil



(Sumber: @ridwankamil)

Bahkan dalam setiap postingannya mengundang tawa, apalagi ketika Ridwan Kamil mengedit foto drama korea yang berjudul Descendants of the Sun (DOTS) dengan bintang-bintang k-popnya Song Joong-ki, Song Hye-kyo, Kim Ji-won, dan Jin Goo dimana pada saat itu drama Korea ini sedang menjadi perbincangan hangat bagi kaum milenial. Terlihat pada postingan ini, Ridwan Kamil menambahkan foto dirinya yang sedang berpose bersama pemain DOTS. Dalam postingan ini terlihat bagaimana konten postingan ini berusaha menggaet kaum milenial yang sangat suka terhadap drama Korea. Hal tersebut membuktikan bahwa sosok Ridwal Kamil adalah pribadi yang memiliki jiwa milenial, hal itu akan berdampak pada aktualisasi kepemimpinannya dimana aspirasi dari kaum milenial juga menjadi tanggung jawabnya ketika ia menjabat sebagai gubernur.

Gambar 3.30 Bikers Bandung



(Sumber: @ridwankamil)

Bahkan bisa kita lihat diposting di atas seorang pemimpin yang bisa berbaur bahkan bisa mengikuti suatu kelompok maupun organisasi tanpa memandang status dan sebagainya. Itulah sosok Ridwan Kamil yang mampu kebersamai ketika teman-teman Bikers meminta untuk Ridwan Kamil hadir dia pun bisa hadir dengan pakaian, dan gestur tubuh yang sama dengan anak-anak bikers lainnya. Jadi jelas bagaimana sasaran dari postingan ini adalah komunitas motor atau teman-teman yang berkecimpung di klub motor.

Ridwal Kamil, sebagai calon pemimpin beranggapan bahwa komunitas bikers memiliki peluang untuk dijadikan target suaranya nya, mengingat anggota komunitas ini yang berjumlah cukup banyak. Stigma masyarakat yang beranggapan bahwa geng motor (komunitas motor) pasti urakan, dan hanya membuat bising saja, diubah oleh postingan Ridwan Kamil yang sedang bergabung dengan komunitas motor. Dalam captionnya menunjukkan Ridwan Kamil sedang berusaha membenahi stigma salah tersebut, bahwa sesungguhnya komunitas ini justru yang terdepan dalam mencintai NKRI. Konten ini berhasil menarik perhatian masyarakat karena lagi-lagi Ridwan Kamil dianggap sosok

yang memiliki jiwa merakyat, mau bergaul dengan siapa saja bahkan sebagai seorang pejabat dia membuktikan bahwa dirinya bukan sosok yang eksklusif.

Gambar 3.31 Kuliah Umum Di Singapura



(Sumber: @ridwankamil)

Tidak hanya berbaaur dengan anak-anak bikers saja bahkan ketika mengisi kuliah umum bersama pejabat Singapura Ridwan kamil mampu baerbaaur dengan pejabat. Hal ini lah yang selalu masyarakat sampaikan bahwa pemimpin yang mampu beradaptasi dengan masyarakatnya ataupun golongan tertentu adalah pemimpin yang layak untuk membangun sebuah bangsa. Jelas bahwa banyaknya pengusaha bahkan akademisi dalam melihat postingan ini akan memberikan pandangan positif terhadap Ridwan Kamil bahwa memang layak untuk menjadi gubernur Jawa Barat karena selalu bisa membawa diri di berbagai kelompok.

Ketua relawan RINDU, Reza, mengatakan ketika Ridwan Kamil berbaaur dengan masyarakat itu bukan karena terpaksa namun karena hati nurani beliau yang memang merasa dia harus berbaaur dengan masyarakat karena itulah tujuan seorang pemimpin, dekat dengan masyarakat (wawancara, 20 November 2018).

Tabel 3.3 Like dan Postingan Harga.

No	Harga	Like	Postingan
1	Udunan Warga	0 > 250	176
2	Photoshop	0 > 800.000	540
3	Publikasi Foto	0 > 300.000	957

(Sumber: Data Primer)

Dari data di atas dapat kita lihat udunan warga paling sedikit ketika diposting karena setiap postingannya hanya sekedar mengajak untuk berdonasi serta tidak di beri konten-konten yang menarik jadi wajar ketika likenya tidak banyak, sedangkan untuk postingan photoshop banyak yang menyukai karena jika dilihat dipembahasan sebelumnya setiap postingan selalu menghibur masyarakat baik dalam foto mauapun dalam caption itu sendiri.

Dapat dilihat bahwa Price dari segi biaya ekonomi ketiga akun ini memposting biaya ekonomi yang sama baik dalam gerakan udunan warga atau gerakan efisiensi dari kegiatan kampanye, namun berbeda dengan biaya psikologis dimana akun pribadi Ridwan Kamil yaitu @ridwankamil menjadi akun yang sering melakukan postingan ini dimana hal ini sebagai wujud dari personal branding yang dilakukan oleh Ridwan Kamil kepada masyarakat yang mana respon dari masyarakat cukup baik yaitu dengan dilihat dari like mencapai 200 lebih like disetiap postingannya hal ini membuktikan bahwa akun @ridwankamil menjadi akun yang sering dilihat dan disukai oleh masyarakat.

D. Place (Penempatan)

Penempatan dalam hal ini merupakan cara menghadirkan atau melakukan pendistribusian oleh kandidat dan tentang bagaimana kemampuannya berkomunikasi dengan para pendukung ataupun para calon pendukung. Jadi dalam hal ini bagaimana Ridwan Kamil mampu menjaring aspirasi sebanyak-banyak dan sedalam mungkin kepada masyarakat.

Dalam melakukan penempatan Ridwan kamil, tim sukses, dan relawan memiliki 4 sasaran masyarakat. Pertama adalah pemilih rasional yaitu pemilih dengan melihat konsep dan gagasan atau program kerja calon itu sendiri, dalam hal ini Ridwan Kamil bersama timnya mampu atau berhasil menggaet pemilih ini karena gagasan dan program kerja yaitu “JABAR JUARA” dan 9 program kerja RINDU mampu membuat pemilih ini memilih Ridwan Kamil karena gagasan dan program tersebut dipaparkan secara jelas di Instagram.

Kedua adalah pemilih kritis, yaitu pemilih yang berfokus pada permasalahan bangsa, pemilih seperti ini yang cukup susah untuk di gaet oleh Ridwan Kamil karena pemilih ini stag dalam artian mereka memiliki pemahaman mengenai permasalahan bangsa jadi dalam artian paham akan kondisi yang terjadi saat ini dan meliahat program kerja seorang kontestan itu harus secara langsung akan terkena pada permasalahan yang dia ketahui. Jadi dalam menggaet pemilih tersebut tidak bisa hanya ditawarkan gagasan melalui Instagram tetapi harus dengan berdiskusi atau turun langsung menyapa pemilih tersebut namun disisi lain Ridwan Kamil dalam menggaet suara pemilih kritis yaitu dengan cara menampung aspirasi mereka melalui Jabar Quick Respon agar permasalahan dan aspirasi mereka bisa menjadi bahan oleh Ridwan kamil untuk mengatasinya.

Ketiga pemilih tradisional yaitu pemilih yang memiliki orientasi ideologi sangat tinggi baik dilihat dari sosial-budaya, nilai, asal usul, faham dan agama sebagai ukuran untuk memilih seorang kontestan, dalam hal ini Ridwan Kamil bersama tim berusaha mengambil hati mereka berdasarkan program kerja yang bersifat agamis atau bersifat dengan budaya mereka, seperti halnya Kredit Mesra yang mana berorientasi pada rumah ibadah, lalu adanya gerakan subuh berjamaah yang mampu mengambil hati pemilih ini, bahkan dalam menggaet pemilih ini Ridwan Kamil dan tim turun langsung dan berusaha berbaur dengan pemilih tersebut. Jadi kampanye melalui Instagram kurang berpengaruh terhadap pemilih tradisional.

Keempat pemilih skeptis yaitu pemilih yang tidak peduli akan Pilkada atau dalam artian adalah swing voters. Ini lah yang menjadi sasaran utama bagi Ridwan Kamil, dimana Instagram menjadi alat kampanye paling efektif dalam menggaet pemilih tersebut, dengan memberikan kampanye kreatif di Instagram maka dengan mudah pemilih ini bisa memberikan hak suaranya kepada Ridwan Kamil. Karena kebanyakan swing voters adalah kaum milenial dan pemilih pemula inilah mengapa Ridwan Kamil memaksimalkan Instagram sebagai alat kampanye karena sasarannya adalah pemilih skeptis yaitu pemilih yang merupakan kaum milenial.

Jadi ketika kita berbicara penempatan yang dilakukan oleh Ridwan Kamil rasanya sudah sangat pas memberikan porsi bagi setiap pemilih baik melalui Instagram atau turun langsung, namun Ridwan Kamil tidak bekerja sendiri dalam melakukan hal ini. Maka hadirilah sebuah Relawan Ridwan Kamil dimana relawan ini berdiri sejak Maret 2017 ini berisikan masyarakat Jawa Barat yang mendukung Ridwan Kamil untuk mencalonkan diri menjadi Gubernur karena relawan percaya

Ridwan Kamil memang pantas menjadi Gubernur Jawa Barat 2018. Dalam hal ini gerakan ini disebut “RK JABAR JUARA” yang mana gerakan ini berisikan penampung aspirasi masyarakat dari berbagai daerah di Jawa Barat.

Gambar 3. 32 Pendaftaran Relawan



(Sumber: @rkjabarjuara)

Bahkan relawan ini membuka pendaftaran secara online agar tidak hanya masyarakat tertentu saja bahkan masyarakat yang berada dipelosok Jawa Barat sekalipun bisa mnedaftar untuk menjadi relawan dalam memenagkan Ridwan Kamil di Pilkada Jawa Barat Tahun 2018.

Gambar 3.33 Halal Bihalal Bersama Relawan



ridwankamil • Ikuti

Halal bihalal bersama 1000-an perwakilan relawan dari 27 kota/kabupaten se Jawa Barat yang sudah bekerja keras setiap hari di 10 komunitas yang berbeda. Terima kasih sudah menitipkan mimpi dan cita-citanya kepada saya. Ibarat seekor kucing di luar karung: cara saya memimpin mudah dilihat rekam jejaknya. Semoga cita-cita bersama yang mulia ini bisa sampai dan dimenangkan dengan cara baik. PR masih panjang. Menangkan kompetisi dengan kerja keras dengan kompas ahlak yang baik dan cara yang cerdas karena ilmiah. Cita-cita luhur harus diperjuangkan. Dan Allah selalu bersama mereka yang berani. Wahai jobjoba. Jika percaya, mari bergabung dalam rombongan. Hatur Nuhun.

Muat komentar lainnya

fitriiii_lestarii 🙏🙏🙏🙏🙏



16 JULI 2017

(Sumber: @ridwankamil)

Bahkan relawan ini sudah mencapai 1000-an perwakilan relawan di 27 kota/kabupaten se-Jawa Barat. Relawan ini bekerja dengan cara menjaring dan mengumpulkan aspirasi dari masyarakat dan mengumpulkan informasi tentang apa yang sedang terjadi Jawa Barat hari ini. Bahkan relawan ini juga mengkampanyekan Ridwan Kamil dalam Pilkada Jawa Barat tahun 2018. Relawan ini bekerja sangat keras dalam mengkampanyekan Ridwan Kamil baik dari Instagram atau turun langsung, mereka berperan penting dalam setiap kampanye Ridwan Kamil dan mereka ambil bagian dalam menasar 4 pemilih yang telah dijabarkan diatas.

Gambar 3.34 Ruang Kolaborasi



(Sumber: @rkjabarjuara)

Dalam gerakan relawan Jabar Juara mempunyai gerakan berkolaborasi dengan masyarakat atau Jabar Quick Respon dimana masyarakat diminta untuk memberikan masukan, usulan, solusi, atau bahkan permasalahan untuk membangun Jawa Barat kedepannya dengan cara mengisinya pada link yang tersedia agar terciptanya kolaborasi antara Pemprov dengan Masyarakat.

Gambar 3.35 Hasil Kolaborasi



(Sumber: @ridwankamil)

Hasil dari Jabar Quick Respon ini adalah sebanyak 5500 aspirasi online dari masyarakat yang disalurkan kedalam 742 program dan akan dilaksanakan selama 5 tahun kedepan. Inilah bentuk dari penempatan yang dilakukan oleh Ridwan Kamil agar mampu mendengar aspirasi masyarakat Jawa Barat hingga ke pelosok dengan cara berbagai gerakan yang telah disampaikan diatas, namun yang terpenting adalah hadirnya relawan RINDU yang mampu membantu gerak dari Ridwan Kamil dalam memenangkan hati dari semua masyarakat Jawa Barat.

Ketua relawan RINDU, Reza, mengatakan bahwa relawan dengan timses partai bekerja bersama membentuk suatu kolaborasi dengan mengkampanyekan Ridwan kamil secara langsung dan intens kepada masyarakat melalui turun langsung kelapangan dengan cara door to door bahkan dengan cara sosialisasi yang dihadiri langsung oleh ridwan Kamil (wawancara, 20 November 2018)./

Maka dari point diatas dapat diartikan bahwa relawan dan partai pengusung mampu berkolaborasi dengan baik dalam memenangkan Ridwan Kamil pada Pilkada Jawa Barat tahun 2018.

Tabel 3.4 Like dan Postingan Penempatan

No	Penempatan	Like	Posting
1	Relawan Rindu	0 >850	633
2	Jabar Quick Respon	0 > 560	519

(Sumber: Data Primer)

Dapat dilihat bahwa relawan rindu memiliki likedan postingan yang cukup banyak karena faktor apresiasi dari masyarakat atas segala usaha dari relawan rindu dalam memenagkn Pilkada dimana postingan relawan rinduBERISI mengenai aktifitas turun langsung relawan kepada masyarakat hal tersebut yang membuat banyak masyarakat menyukainya, ketimbang Jabar quick respon.

Dalam postingan Place 3 akun Instagram ini berfokus pada akun @rkjabarjuara dimana akun ini berfokus untuk menggaet aspirasi dan informasi dari masyarakat sedangkan @ridwankamil dan @rindujabarjuara hanya sebagai pemberi informasi secara umum, sedangkan khususnya akan dikerahkan ke @rkjabarjuara.