

**STRATEGI KAMPANYE DAN KEMENANGAN RIDWAN KAMIL DALAM PILGUB JABAR 2018****(CAMPAIGN STRATEGY AND RIDWAN KAMIL'S VICTORY IN THE ELECTION OF GOVERNOR OF WEST JAVA 2018)****Aryojati Ardipandanto**

(Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI, Nusantara I, Lantai 2, DPR RI  
 Jl. Jend. Gatot Subroto, Senayan, Jakarta 10270, Indonesia;  
 email: aryojati.ardipandanto@gmail.com)

Naskah Diterima: 15 Juli 2018, direvisi: 15 Agustus 2018,  
 disetujui: 30 September 2018

**Abstract**

*The Election of Governor of West Java 2018 was regarded as a very strategic Local Election because it had the biggest number of Electors in Indonesia, that so it is assumed to have significant influence for Legislative and President Elections in 2019. This Election was won by Ridwan Kamil-Uu Ruzhanul Ulum. Before the campaign periode, Ridwan Kamil was assumed would be "attack" by religion issues which is predicted having role in defeating Ridwan Kamil in The Election of Governor of West Java 2018, and many negative news were exposed in social medias in order to discredit Ridwan Kamil's image. Therefore, the analysis of Ridwan Kamil's campaign strategy in winning The Election of Governor of West Java 2018 is so interesting. This research uses qualitative method, and the datas or facts are analysed by descriptive analyse method. The results of this research could be used as informations in winning local election political strategy for next local leader candidates. This analysis shows that Ridwan Kamil implemented the effective campaign strategy of political images and political positioning. Those two political strategies combination were absolutely difficult to be duplicated by his rivals.*

**Keywords:** Political Campaign, Local Election. West Java, Election of Governor of West Java 2018, Ridwan Kamil.

**Abstrak**

Pilgub Jabar 2018 dipandang sebagai Pilkada yang sangat strategis karena memiliki jumlah pemilih terbesar di Indonesia, sehingga dianggap berpengaruh dalam Pileg dan Pilpres 2019. Pilgub Jabar 2018 ini dimenangkan Pasangan Ridwan Kamil-Uu Ruzhanul Ulum. Sebelum masa kampanye, Ridwan Kamil diisukan akan "diserang" dengan menggunakan isu agama agar kalah dalam Pilgub Jabar 2018, dan berita-berita negatif banyak dikeluarkan di media-media sosial untuk menjatuhkan citra Ridwan Kamil. Dengan demikian, kajian tentang bagaimana strategi kampanye politik Ridwan Kamil dalam memenangkan Pilgub Jabar 2018 menjadi menarik. Metode penelitian dalam tulisan ini adalah metode kualitatif dan data-data atau fakta-fakta yang ada dikaji secara deskriptif analitis. Tujuan tulisan ini adalah sebagai masukan dan pembelajaran bagi calon-calon pemimpin pada pilkada-pilkada selanjutnya, terkait dengan penerapan strategi politik yang efektif untuk memenangkan pilkada. Hasil kajian ini menunjukkan bahwa Ridwan Kamil menggunakan strategi kampanye *political images* dan *political positioning* yang tepat, dimana kombinasi kedua strategi tersebut sulit ditiru oleh Pasangan Cagub-Cawagub lainnya, yang baru menampilkan janji-janji program yang belum teruji secara konkret.

**Kata kunci:** Kampanye Politik, Pilkada, Jawa Barat, Pilgub Jabar 2018, Ridwan Kamil.

**PENDAHULUAN**

Pada 27 Juni 2018, diadakan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) secara serentak di Indonesia. Pilkada Serentak dilaksanakan berdasarkan amanat UU Nomor 8 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 Tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, Dan Walikota Menjadi Undang-Undang.<sup>1</sup> Dalam UU tersebut, pelaksanaan pemilihan

gubernur, bupati, dan wali kota dilaksanakan setiap lima tahun sekali secara serentak.

Beberapa daerah dipandang beberapa kalangan dapat menjadi barometer dalam menentukan peta politik Pemilihan Presiden (Pilpres) dan Pemilihan Legislatif (Pileg) pada 2019, dari pelaksanaan Pilkada serentak tersebut. Salah satu daerah yang menjadi pusat perhatian dalam Pilkada oleh para politisi adalah Jawa Barat (Jabar). Pemilihan Gubernur (Pilgub) Jabar 2018 dianggap sebagai pilkada yang strategis. Alasannya antara lain, Provinsi ini memiliki jumlah pemilih terbesar di Indonesia, dan Pilgub Jabar juga dinilai berperan penting dalam medan politik nasional baik legislatif maupun Pemilu Presiden 2019. Tidak mengherankan jika setiap partai politik

<sup>1</sup> UU Nomor 8 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 Tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, Dan Walikota Menjadi Undang-Undang.

memunculkan nama-nama terbaik untuk bersaing memperebutkan kursi kepala daerah Jabar.

Berbeda dengan Pilgub Jabar 2013, dalam Pilgub Jabar 2018 tidak ada calon perseorangan. Semua calon diusung partai politik meski ada yang bukan dari kader partai. Pilgub Jabar 2018 diikuti oleh 4 Pasangan Calon (Paslon) Gubernur-Wakil Gubernur, yaitu pertama, pasangan Ridwan Kamil-Uu Ruzhanul Ulum; Kedua, pasangan Tubagus Hasanuddin-Anton Charilyan; Ketiga, pasangan Sudrajat-Ahmad Syaikh; dan keempat, pasangan Deddy Mizwar-Dedi Mulyadi.

Pilgub Jabar 2018 dimenangkan pasangan Ridwan Kamil-Uu Ruzhanul Ulum. Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Jawa Barat menetapkan dan mengesahkan pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jabar Ridwan Kamil-Uu Ruzhanul Ulum sebagai pemenang pada Pilgub Jabar 2018.<sup>2</sup> Hasil rekapitulasi penghitungan suara menunjukkan pasangan Ridwan Kamil-Uu Ruzhanul Ulum memperoleh suara sah sebanyak 7.226.254 (32,88 %). Pasangan calon Sudrajat-Ahmad Syaikh memperoleh suara sah sebanyak 6.317.465 suara (28,74 %). Urutan ketiga perolehan suara sah adalah pasangan calon Deddy Mizwar-Dedi Mulyadi sebanyak 5.663.198 (25,77 %), dan urutan keempat adalah pasangan calon TB Hasanuddin- Anton Charliyan dengan perolehan suara 2.773.078 (12,62 %). Berdasarkan data dari Kantor Berita Antara, total suara sah dalam Pilgub Jabar 2018 ialah sebanyak 21.979.995.<sup>3</sup>

Sebelumnya, pasangan Ridwan Kamil-Uu Ruzhanul Ulum diisukan akan diserang dengan menggunakan isu agama dalam Pilgub 2018. Berbagai berita negatif juga banyak ditampilkan di media-media sosial untuk memperburuk citra keduanya, terutama Ridwan Kamil. Di lapangan, beberapa isu yang dimunculkan dengan tujuan mendiskreditkan Ridwan Kamil. Ridwan Kamil diserang secara isu politik melalui beberapa aspek sejak masa pencalonan menjadi Calon Gubernur Jabar 2018. Isu-isu politik tersebut banyak ditampilkan melalui media-media sosial. Serangan isu-isu politik terhadap Ridwan Kamil di media sosial ada yang bersifat SARA, khususnya terkait agama yang sedikit banyak oleh sebagian

kalangan diakibatkan oleh keputusan Ridwan Kamil maju di Pilgub Jabar 2018 dengan “kendaraan” Partai Nasdem. Peralihan patron politik Ridwan Kamil ke Partai Nasdem, yang *notabene* partai pendukung Pemerintah dan pengusung Basuki Tjahaja Purnama yang terjerat kasus penistaan agama. Hal ini bagi sebagian kalangan dijadikan sarana untuk menyerang Ridwan Kamil dari sisi agama.<sup>4</sup>

Serangan isu politik terhadap Ridwan Kamil yang cenderung bersifat agama ada beberapa kasus. Pertama, terkait isu penganut Syi’ah. Pada 21 Maret 2017, tiga hari setelah diusung Partai Nasdem sebagai Calon Gubernur Jabar, Ridwan Kamil langsung diserang dengan tuduhan bahwa Ridwan Kamil adalah penganut paham Syi’ah.<sup>5</sup> Isu politik terkait agama berikutnya yang menyerang Ridwan Kamil adalah terkait kabar dikeluarkannya 300 Izin Mendirikan Bangunan (IMB) rumah ibadah non-Muslim. Isu ini muncul pada April 2017, dimana Ridwan Kamil diberitakan memberikan ratusan izin baru bagi rumah ibadah non-Muslim di Kota Bandung. Informasi ini menjadi viral dan membuat Ridwan Kamil merasa perlu segera memverifikasi. Isu ini bermula ketika Kota Bandung diberi penghargaan sebagai tokoh penggerak pluralisme oleh Pemuda-Pemudi Kristen Bandung Raya. Dalam sambutannya Emil menyebut bahwa Pemkot Bandung terus memiliki semangat menegakkan Pancasila dan menguatkan toleransi antarsuku, ras, dan agama di Kota Bandung. Hal ini dilakukannya karena ingin Bandung disebut sebagai kota ramah terhadap kebhinekaan. Bentuk realisasinya selama 5 tahun itu salah satunya dengan memberikan izin untuk 300 rumah ibadah non-Muslim. Ridwan Kamil mengatakan bahwa jumlah tersebut merupakan jumlah terbanyak di Indonesia. Hal tersebut berarti 60 bangunan ibadah per tahun diberikan IMB. Klaim pemberian 300 izin rumah ibadah non-muslim juga diungkapkan Ridwan Kamil di Kongres Nasional Kebebasan Beragama dan Berkeyakinan di Balai Kartini, Jakarta Selatan, pada 16 Maret 2017. Dikatakan bahwa hal tersebut merupakan rasio terbanyak di Indonesia. Ridwan Kamil menyatakan bahwa Indonesia datang dari keberagaman dan pemaksaan adalah hal yang salah jika dilakukan oleh bangsa Indonesia.<sup>6</sup>

Isu politik ketiga yang terkait dengan substansi penyelewengan terhadap nilai agama Islam adalah

<sup>2</sup> Pengesahan tersebut dibacakan oleh Kabag Hukum, Teknis, Hubungan Partisipasi Masyarakat KPU Jawa Barat Teppy Darmawan, dalam Rapat Pleno Terbuka Rekapitulasi Hasil Penghitungan Suara Tingkat Provinsi Pilgub Jabar 2018, yang digelar di Aula Setya Permana, Kantor KPU Jawa Barat Jalan Garut Nomor 11 Kota Bandung, Minggu 8 Juli 2018.

<sup>3</sup> *KPU Tetapkan Ridwan Kamil-Uu Ruzhanul Ulum sebagai Pemenang Pilgub Jabar 2018* : <http://www.pikiran-rakyat.com/jawa-barat/2018/07/08/kpu-tetapkan-ridwan-kamil-uu-ruzhanul-ulum-sebagai-pemenang-pilgub-jabar-2018> : diakses 15 Juli 2018.

<sup>4</sup> “Serangan-serangan kepada Ridwan Kamil”, <https://tirtoid.id/serangan-serangan-kepada-ridwan-kamil-coNv>, diakses 15 Juli 2018.

<sup>5</sup> *Ibid.*

<sup>6</sup> “Kampanye Pertama Ridwan Kamil Umbar Janji di Pesantren”, <https://www.cnnindonesia.com/pilkadaserentak/nasional/20180215103631-32-276373/kampanye-pertama-ridwan-kamil-umbar-janji-di-pesantren>, diakses 14 Juli 2018.

tudingan bahwa Ridwan Kamil adalah pembela Lesbian Gay Biseksual dan Transgender (LGBT). Isu ini dikeluarkan pada Mei 2017. Isu ini dimunculkan karena adanya foto Ridwan Kamil bersama beberapa *Bobotoh* Persib Bandung, dimana mereka semua bertelanjang dada. Foto ini diambil saat Ridwan Kamil berorasi di depan *Bobotoh* Persib Bandung ketika menghadiri pertandingan Semifinal Indonesia *Super League* 2014 Persib Bandung melawan Sriwijaya FC di Stadion Jakabaring, Palembang.<sup>7</sup>

Isu politik selanjutnya adalah terkait tudingan sebagai pembela pendukung Basuki Tjahaja Purnama (Ahok). Meskipun ini tidak secara langsung terkait dengan isu agama, tetapi hal ini tetap dapat dikaitkan dengan konteks agama, karena Ahok telah ditetapkan bersalah atas kasus penistaan agama. Isu ini dimunculkan dengan berlatar belakang aksi menyalakan 1000 lilin oleh pendukung Ahok di Bandung yang bersamaan dengan acara "Nonton Bareng" pertandingan sepakbola Persib Bandung melawan Semen Padang. Peristiwa ini menimbulkan ketegangan antara *Bobotoh* Persib Bandung dengan pendukung Ahok, khususnya di media sosial.<sup>8</sup>

Melihat fakta-fakta di atas, kajian atas kemenangan Ridwan Kamil pada Pilgub Jabar 2018 menjadi penting, dimana salah satu aspek penting yang perlu dikaji adalah bagaimana kemenangan tersebut dapat diraih berdasarkan konsep strategi kampanye politik.

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan di atas, tampak bahwa pada dasarnya Ridwan Kamil mengalami diserang dengan isu-isu politik yang bersifat SARA, namun tetap memenangkan Pilgub Jabar 2018. Dengan demikian, permasalahan yang dirumuskan dalam kajian ini adalah bagaimana strategi kampanye politik Ridwan Kamil untuk memenangkan Pilgub Jabar 2018.

### Kampanye Politik

Kampanye pada prinsipnya adalah proses kegiatan komunikasi individu atau kelompok yang dilakukan secara terlembaga dan bertujuan untuk menciptakan suatu efek atau dampak tertentu. Rogers dan Storey dalam Venus (2004) mendefinisikan kampanye sebagai "serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu"<sup>9</sup> (Venus, 2004:7).

Definisi yang diberikan Rogers dan Storey bagi sebagian besar kalangan Ilmuwan Politik adalah yang paling populer dan dapat diterima dikalangan ilmuwan komunikasi (Grossberg, 1998; Snyder, 2002; Klingemann & Rommele, 2002). Alasannya adalah, pertama, definisi tersebut secara tegas menyatakan bahwa kampanye merupakan wujud tindakan komunikasi, dan alasan kedua adalah bahwa definisi tersebut dapat mencakup keseluruhan proses dan fenomena praktik kampanye yang terjadi dilapangan.<sup>10</sup>

Selanjutnya, Snyder dalam Venus (2004), mendefinisikan bahwa kampanye komunikasi merupakan aktivitas komunikasi yang terorganisasi, secara langsung ditujukan kepada masyarakat tertentu, pada periode waktu yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan tertentu. Pfau dan Parrot dalam Venus (2004), mendefinisikan kampanye sebagai kegiatan yang dilakukan secara sadar untuk menunjang dan meningkatkan proses pelaksanaan yang terencana pada periode tertentu yang bertujuan mempengaruhi masyarakat sasaran tertentu.<sup>11</sup>

Dari beberapa definisi di atas, Venus (2004) mengidentifikasi bahwa aktivitas kampanye setidaknya harus mengandung empat hal yakni, *pertama* ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu; *Kedua*, ditujukan kepada jumlah masyarakat sasaran yang besar; *Ketiga*, dipusatkan dalam kurun waktu tertentu; dan *keempat*, dilakukan melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisasi.<sup>12</sup>

Definisi selanjutnya disampaikan oleh Arifin (2003), yang menyatakan bahwa kampanye politik adalah bentuk komunikasi politik yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang atau organisasi politik dalam waktu tertentu untuk memperoleh dukungan politik dari masyarakat. Salah satu jenis kampanye politik adalah kampanye massa, yaitu kampanye politik yang ditujukan kepada massa (orang banyak), baik melalui hubungan tatap muka maupun dengan menggunakan berbagai media, seperti surat kabar, radio, televisi, film, spanduk, baliho, poster, folder dan selebaran serta medium interaktif melalui komputer (internet). Penyampaian pesan politik melalui media massa merupakan bentuk kampanye yang handal dalam hal menjangkau masyarakat luas.<sup>13</sup>

<sup>7</sup> "Serangan-serangan kepada Ridwan Kamil", *Opcit.*

<sup>8</sup> *Ibid.*

<sup>9</sup> Venus Antar. 2004. "Manajemen Kampanye; Panduan Teoritis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi". Bandung. Simbiosis Rekatama Media. Hal.7.

<sup>10</sup> <http://digilib.unila.ac.id/2202/12/BAB%20II.pdf>: diakses 14 Juli 2018.

<sup>11</sup> Venus Antar. 2004. *Opcit.* Hal.8.

<sup>12</sup> *Ibid.* Hal.8-9.

<sup>13</sup> Anwar Arifin, *Komunikasi Politik: Paradigma-Teori-Aplikasi-Strategi Komunikasi Politik Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2003, Hal.19.

Salah satu jenis penyampaian pesan politik dalam kampanye adalah *pervation*, yang pengertiannya adalah cara yang ditempuh dengan menciptakan momen interaksi (dialog, anjingsana, temu wicara terbatas, dan sebagainya) secara berulang-ulang untuk memberikan penjelasan, melakukan komunikasi dua arah secara kontinyu sampai timbul penghargaan dari masyarakat untuk mendukung.<sup>14</sup> Metode penyampaian pesan kampanye politik lainnya adalah metode *Reward Appeal*, yaitu cara penyusunan pesan politik yang berisi janji-janji kepada khalayak.<sup>15</sup>

Ruslan (2007) menyatakan bahwa kampanye politik merupakan jenis kampanye yang pada umumnya dimotivasi oleh hasrat untuk meraih kekuasaan. Tujuan dari kampanye ini adalah untuk memenangkan dukungan masyarakat terhadap kandidat-kandidat yang dicalonkan agar dapat menduduki jabatan politik yang diperebutkan lewat proses pemilihan.<sup>16</sup> Kekuasaan dapat diperoleh dari kekuasaan pula, dimana itu akan mendukung kampanye politik. Menurut Robbins dan Judge (2007), kekuasaan diperoleh dari 2 sumber besar, yaitu pertama, kekuasaan formal, dan kedua, kekuasaan personal.<sup>17</sup>

Pandangan selanjutnya adalah dari Nimmo (2005) yang menyatakan bahwa kegiatan untuk membangun citra atau *image* merupakan bagian penting dalam kampanye politik untuk memperoleh dukungan. Terkait dengan komunikasi dalam kampanye politik, terdapat beberapa aktivitas komunikasi yang dapat diidentifikasi. Kegiatan komunikasi politik adalah kegiatan simbolik dimana kata-kata itu mencakup ungkapan yang dikatakan atau dituliskan, gambar, lukisan, foto, film, gerak tubuh, ekspresi wajah dan segala cara bertindak. Orang-orang yang mengamati simbol-simbol itu, menginterpretasikannya dengan cara-cara yang bermakna sehingga membentuk citra mental tentang simbol-simbol tersebut.<sup>18</sup> Citra terkait kepemimpinan sangat penting dalam kampanye politik. Menurut Young dalam Kartono (2003), kepemimpinan adalah bentuk dominasi yang didasari atas kemampuan pribadi yang sanggup mendorong atau mengajak orang lain untuk berbuat sesuatu yang berdasarkan penerimaan oleh kelompoknya, dan memiliki keahlian khusus yang tepat bagi situasi

yang khusus.<sup>19</sup>

Menurut Ardial (2010), ketika komunikasi politik dalam suatu kampanye politik berlangsung, justru yang berpengaruh bukan saja pesan politik, melainkan terutama siapa tokoh politik (politikus) atau tokoh aktivis dan profesional dan dari lembaga mana yang menyampaikan pesan politik itu. Dengan kata lain, ketokohan seorang komunikator politik dan lembaga politik yang mendukungnya sangat menentukan berhasil atau tidaknya komunikasi politik dalam mencapai sasaran dan tujuannya.<sup>20</sup>

Menurut Arifin (2003:102), terdapat tiga jenis strategi komunikasi dalam konteks kampanye politik, yaitu *pertama*, ketokohan dan kelembagaan, dengan cara memantapkan ketokohan dan merawat kelembagaan; Kedua, menciptakan kebersamaan dengan memahami masyarakat, menyusun pesan persuasif, menetapkan metode, serta memilih dan memilih media; dan ketiga, membangun konsensus, melalui kemampuan berkompromi dan kesediaan untuk membuka diri.<sup>21</sup>

Kampanye politik terkait erat dengan masalah "pemasaran" politik. Menurut Nursal (2004), fungsi dari kegiatan pemasaran politik adalah sebagai berikut:

1. Sarana untuk menganalisis posisi pasar, yakni memetakan persepsi dan preferensi para pemilih, baik konstituen, terhadap kontestan-kontestan yang akan bertarung di arena pemilu.
2. Sarana untuk menetapkan tujuan objektif kampanye, *marketing effort* dan pengalokasikan sumberdaya.
3. Sarana untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi alternatif-alternatif strategi.
4. Sarana untuk mengimplementasikan strategi untuk membidik segmen-segmen tertentu yang menjadi sasaran berdasarkan sumberdaya yang ada.
5. Sarana untuk memantau dan mengendalikan penerapan strategi untuk mencapai sasaran objektif yang telah ditetapkan.<sup>22</sup>

Kampanye politik juga terkait strategi politik. Dalam strategi politik untuk kemenangan pemilu, beberapa faktor yang mempengaruhi potensi terpilihnya seorang Kandidat adalah *pertama*, *Social Background*, yaitu berhubungan dengan pengaruh status sosial dan ekonomi keluarga, dimana seorang

<sup>14</sup> Sidarta GM, *Strategi Pemenangan dalam Pemilihan Langsung*, Jakarta: Kalam Pustaka, 2008, Hal.93.

<sup>15</sup> Hafied Cangara, *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009, Hal. 330.

<sup>16</sup> Rosady Ruslan, *Kampanye Public Relations*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007, Hal.16.

<sup>17</sup> Stephen Robbins dan Timothy Judge, *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat, 2012. Hal. 24-26.

<sup>18</sup> Dan Nimmo, *Komunikasi Politik*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004, Hal. 33.

<sup>19</sup> Kartini Kartono, *Pemimpin dan Kepemimpinan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003, Hal. 14.

<sup>20</sup> Ardial, *Komunikasi Politik*, Jakarta: Indeks, 2010, Hal.73.

<sup>21</sup> Anwar Arifin, *Komunikasi Politik: Paradigma-Teori-Aplikasi-Strategi Komunikasi Politik Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2003. Hal.102.

<sup>22</sup> Adman Nursal, *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004, Hal.70.

calon elit dibesarkan; *Kedua, Political Socialization*, yaitu proses yang menyebabkan seseorang menjadi terbiasa dengan tugas-tugas yang harus dilaksanakan oleh satu kedudukan politik; *Ketiga, Initial Political Activity*, yaitu faktor yang menunjuk kepada aktivitas atau pengalaman politik calon elit selama ini; *Keempat, Apprenticeship*, yaitu faktor yang menunjuk langsung kepada proses “magang” dari calon elit ke elit lain yang sedang menduduki jabatan yang diincar oleh calon elit; *Kelima, Occupational Variables*, yaitu suatu proses dimana calon elit dilihat pengalaman kerjanya dalam lembaga formal yang bisa saja tidak berhubungan dengan politik, serta dilihat kapasitas intelektual dan kualitas kerjanya; *Keenam, Motivations*, yaitu faktor yang mengandung pengertian bahwa orang akan termotivasi untuk aktif dalam kegiatan politik karena 2 hal, yaitu harapan dan orientasi mereka terhadap isu-isu politik; dan *ketujuh, Selection*, yaitu faktor yang menunjukkan pada mekanisme rekrutmen politik terbuka dan rekrutmen politik tertutup.<sup>23</sup>

Dalam konteks di Indonesia, semakin terbukanya proses pemilihan yang dilakukan dalam sistem politik di Indonesia, menurut Muhtadi dalam Tabroni (2012), Indonesia menghadapi beberapa konsekuensi, diantaranya, pertama, adanya pergeseran politik dalam ruangan ke politik luar ruangan. Dulu untuk memilih presiden, Gubernur, Walikota dan Bupati cukup dilakukan di ruang sempit yang disebut gedung legislatif. Kini hiruk-pikuk itu berpindah ke wilayah publik yang lebih terbuka sebab melibatkan seluruh rakyat. Kedua, terbangunnya *electorate*, yaitu pemilih sebagai penentu. Untuk meyakinkan publik sebagai penentu kemenangan, para kandidat harus membujuk mereka dengan berbagai cara.<sup>24</sup>

Dalam konsep strategi politik Schroder (2008), strategi ofensif dilakukan dengan menampilkan perbedaan yang jelas dan menarik antara diri dengan lawan politik. Strategi ofensif yang digunakan untuk menerapkan kebijakan harus menjual atau menampilkan perbedaan terhadap *status quo* atau keadaan yang berlaku saat itu dan menyoroti keuntungan-keuntungan yang diharapkan darinya.<sup>25</sup> Disebutkan pula bahwa bila pihak lawan atau pesaing politik lebih mengikuti tren, maka alternatif strategi yang bisa dilakukan untuk menghadapinya adalah

dengan menggugah emosi masyarakat terhadap isu aktual yang sedang menjadi pembicaraan hangat di masyarakat. Jadi ini semacam strategi pengalihan isu, atau dengan kata lain, menarik perhatian masyarakat terhadap sesuatu hal yang sebelumnya sudah diperoleh oleh pihak lawan atas mereka.<sup>26</sup>

Dalam konsep strategi politik Schroder (2008), disebutkan bahwa bila pihak lawan politik memiliki tawaran program/platform yang lebih baik, maka tugas strategis yang dapat dilakukan alternatifnya adalah mempropagandakan bidang program yang dikuasai dengan baik di depan publik. Atau, dapat diajukan argumentasi bahwa program yang ditawarkan lawan bertentangan dengan kepentingan kelompok target tertentu. Disebutkan juga bahwa bila pihak lawan memiliki citra politik yang lebih baik, maka alternatif strategi yang bisa dilakukan adalah dengan menampilkan citra positif sendiri dibandingkan dengan kelemahan lawan.<sup>27</sup>

Hal penting lainnya dalam konsep kampanye politik adalah strategi *positioning*. Menurut Newman dan Shet dalam Pito (2006), pilihan strategi *positioning* untuk merebut dan mempertahankan “pasar” politik dapat dilakukan dengan memperhatikan citra dan kinerja sebuah kontestan (kandidat atau partai politik). Pilihan strategi *positioning* ada 4 macam, *pertama, Strategi Penguatan (Reinforcement Strategy)*. Strategi ini dapat digunakan untuk sebuah kontestan yang telah dipilih karena mempunyai citra tertentu dan citra tersebut dibuktikan oleh kinerja politik selama mengembangkan jabatan publik tertentu. *Kedua, Strategi Rasionalisasi (Rationalization Strategy)*. Strategi ini dilakukan kepada kelompok pemilih yang sebelumnya telah memilih kontestan tertentu karena kontestan tersebut berhasil mengembangkan citra tertentu yang disukai pemilih akan tetapi kinerjanya kemudian tidak sesuai dengan citra tersebut. Strategi ini dilakukan untuk mengubah sikap pemilih dan harus dilakukan secara hati-hati. *Ketiga, Strategi Bujukan (Inducement Strategy)*. Strategi ini dapat diterapkan oleh kandidat yang dipersepsikan memiliki citra tertentu tapi juga memiliki kinerja atau atribut-atribut yang cocok dengan citra lainnya. *Keempat, Strategi Konfrontasi (Confirmation Strategy)*. Strategi ini diterapkan kepada para pemilih yang telah memilih kontestan dengan citra tertentu yang dianggap tidak cocok oleh pemilih dan kemudian kontestan tersebut tidak menghasilkan kinerja yang memuaskan pemilih.<sup>28</sup>

<sup>23</sup> Fadillah Putra, *Kebijakan Publik: Analisis terhadap Kongruensi Janji Politik dengan Realisasi Produk Kebijakan Publik di Indonesia 1999-2003*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003, Hal.19.

<sup>24</sup> Roni Tabroni, *Komunikasi Politik pada Era Multimedia*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013, Hal.46.

<sup>25</sup> Peter Schroder, *Strategi Politik; Edisi Revisi untuk Pemilu 2009*, Jakarta: Friedrich-Naumann-Stiftung fur de Freiheit, 2008, Hal.114-115.

<sup>26</sup> *Ibid*, Hal.110.

<sup>27</sup> *Ibid*, Hal.109.

<sup>28</sup> Toni Andrianus Pito dkk, *Mengenal Teori-Teori Politik*, Bandung: Penerbit Nuansa, 2006, Hal.210-213.

Berdasarkan konsep politik, Harun (2006) menyatakan bahwa *postioning* politik akan ideal bila menampakkan karakter calon pemimpin sebagai identitas keilmuan, baik sebagai ilmu murni yang bersifat ideal dan berada dalam lingkup *Das Sollen* (apa yang seharusnya), maupun sebagai ilmu terapan yang berada dalam dunia empiris dalam lingkup wilayah *Das Sein* (kenyataan/praktek).<sup>29</sup>

Secara konseptual, tiga modal utama yang harus dimiliki oleh para calon yang hendak mengikuti kontestasi dalam Pilkada secara langsung adalah modal politik (*political capital*), modal sosial (*social capital*), dan modal ekonomi (*economical capital*). Modal sosial memiliki makna yang sangat penting, bahkan tidak kalah pentingnya dibandingkan dengan modal politik. Melalui modal sosial yang dimiliki, para kandidat politik tidak hanya dikenal oleh para pemilih. Lebih dari itu, melalui pengenalan itu, lebih-lebih pengenalan yang bersifat fisik dan sosial berjarak dekat, para pemilih bisa melakukan penilaian apakah kandidat itu benar-benar layak untuk dipilih atau tidak. Manakala seorang calon kepala daerah dikatakan memiliki modal sosial, berarti calon kepala daerah itu tidak hanya dikenal oleh masyarakat melainkan juga diberi kepercayaan. Modal sosial menuntut adanya kemampuan calon kepala daerah untuk menumbuhkan kepercayaan di masyarakat pemilih. Keterkenalan atau popularitas saja kurang bermakna tanpa ditindaklanjuti oleh adanya kepercayaan.<sup>30</sup>

Menurut Eko Harry Susanto (2014), dalam konteks kampanye politik, pembicaraan politik merupakan kegiatan simbolik yang dihubungkan dengan (1) lambang, (2) bahasa, dan (3) opini publik. Ketiga faktor itu selalu melekat pada pesan-pesan politik yang disebarkan oleh komunikator politik kepada masyarakat dalam upaya untuk mencapai tujuan politik.<sup>31</sup> Komunikasi politik menjadi faktor yang sangat menentukan dan tidak bisa dikesampingkan fungsinya dalam proses politik yang dilakukan aktor politik sebagai komunikator politik. Dengan demikian, komunikasi politik menjadi bahasan dan bahan refleksi serta evaluasi yang sangat penting dalam sistem politik dan strategi kampanye politik.<sup>32</sup>

Seorang politisi atau calon pemimpin harus menjadi apa yang disebut sebagai “makelar simbol”, yaitu orang yang menerjemahkan sikap, pengetahuan, dan minat suatu komunitas bahasa ke dalam istilah-istilah bahasa yang berbeda tetapi menarik dan dapat dimengerti. Dalam konteks ini, ‘bahasa’ adalah termasuk ‘bahasa tubuh’.<sup>33</sup>

Dalam konsep kepemimpinan politik, hubungan antara kepemimpinan seorang pemimpin memang berkaitan dengan tingkat keberhasilan pemimpin tersebut dalam melakukan program-programnya dalam memimpin. Suranta dan Tampubolon dalam Siagian (2007) telah meneliti pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kinerja, menyatakan bahwa gaya kepemimpinan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja dan keberhasilan dalam semua mencapai tujuan bersama yang ingin diwujudkan.<sup>34</sup>

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam tulisan ini adalah metode penelitian kualitatif, yaitu untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian. Fenomena-fenomena itu bisa berupa perilaku, pandangan, motivasi, dan lain-lain secara holistik.<sup>35</sup> Pengumpulan data dalam tulisan ini menggunakan metode studi pustaka. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisa secara deskriptif untuk menjawab permasalahan yang diajukan dalam tulisan ini. Analisa dilakukan dengan memahami fenomena-fenomena penelitian dengan teori atau konsep yang ada, untuk selanjutnya dilakukan penarikan kesimpulan.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Kekuatan Figur

Di antara calon gubernur lain di Pilgub Jabar 2018, Ridwan Kamil merupakan yang pertama menyatakan maju menjadi kepala daerah Jabar. Eksistensinya ditandai dengan deklarasi dukungan dari Partai Nasdem pada 19 Maret 2017.

Sejak saat itu, dinamika mengenai Ridwan Kamil terus berkembang mulai dari pemenuhan syarat minimal kursi untuk pencalonan hingga sosok wakil yang akan mendampinginya. Akhirnya, menjelang pembukaan pendaftaran bakal calon kepala daerah Jabar, Ridwan memilih Uu Ruzhanul Ulum sebagai pendampingnya.

<sup>29</sup> Harun, Rochajat, dan Sumarno, *Komunikasi Politik sebagai Suatu Pengantar*, Bandung: Penerbit Mandar Maju, 2006, Hal.113.

<sup>30</sup> Kacung Marijan, *Sistem Politik Indonesia: Konsolidasi Demokrasi Pasca-Orde Baru*, Jakarta: Prenada Media Group, 2010, Hal.184-185.

<sup>31</sup> Eko Harry Susanto, *Komunikasi Manusia: Esensi dan Aplikasi dalam Dinamika Sosial Ekonomi Politik*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2014, Hal.20.

<sup>32</sup> Adhi Iman Sulaiman, *Komunikasi Politik dalam Demokrasi*, Jurnal Studi Komunikasi dan Media Vol.11, Nomor 2, Tahun 2013.

<sup>33</sup> James Carey, *A Cultural Approach to Communication*, 13-36. Boston: Unwin Hyman, 1989, Hal.163.

<sup>34</sup> Sondang P Siagian, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Bumi Aksara, 2007. Hal. 47.

<sup>35</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Penerbit CV Alfabeta, 2005, hal.62.

Ridwan Kamil didukung oleh Partai Nasionalis Demokrat (Nasdem), Partai Persatuan Pembangunan (PPP), Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), dan Partai Hati Nurani Rakyat (Hanura). Jabatan terakhir Ridwan Kamil adalah Walikota Bandung Periode 2013-2018. Karirnya meliputi pertama, Dosen Jurusan Arsitektur ITB (1995); Kedua, *Urban Designer/Planner, City of Berkeley Planning Department, Berkeley, California* (1999); Ketiga, *Founder Urbane Indonesia* (2006); Keempat, Penasihat Ekonomi Kreatif Taiwan; dan Kelima, Walikota Bandung (2013). Pendidikan Ridwan Kamil adalah Sarjana Teknik ITB (1990-1995) dan *Master of Urban Design, University of California-Berkeley, USA* (1999-2001).<sup>36</sup>

Ridwan Kamil juga memperoleh beberapa penghargaan dalam berbagai bidang sepanjang masa karirnya. Pada 2009, Ridwan Kamil memperoleh penghargaan sebagai *Architect of The Year from Elle Décor Magazine*. Pada 2012, memperoleh penghargaan sebagai Tokoh Muda Kreatif (Pikiran Rakyat Award). Penghargaan terkait Kota Desain Dunia (*City of Design*) juga diperolehnya dari UNESCO PBB, dan pada 2016, Ridwan Kamil memperoleh penghargaan dalam hal Tata Kelola Pemerintah Terbaik dari Kementerian PAN-RB.<sup>37</sup>

Adapun pasangan Ridwan Kamil, Uu Ruzhanul Ulum, jabatan terakhirnya adalah Bupati Tasikmalaya (2011). Bersama Uu Ruzhanul Ulum, Ridwan Kamil mengusung Slogan "Rindu Jabar Juara". Keduanya memiliki visi untuk menghadirkan Jawa Barat juara lahir batin yang memiliki manusia beriman, bahagia dan berkualitas, membangun ekonomi yang berdaya saing. Mereka juga akan mewujudkan pembangunan Jabar yang berkelanjutan, merata, dan sejahtera di desa maupun kota, serta menerapkan tata kelola pemerintahan yang baik. Beberapa program yang akan diterapkan Ridwan-Uu di antaranya pengembangan desa tematik, penguatan peran pertanian dan perikanan sebagai kekuatan ekonomi, mendorong penerapan ekonomi berbasis syariah, serta meningkatkan mata rantai industri besar-menengah-kecil dan membuka lapangan kerja baru.<sup>38</sup>

## 2. Figur Pesaing-Pesaing Ridwan Kamil

### a. Tubagus Hasanuddin dan Anton Charilyan Amanah

Tubagus Hasanuddin-Anton Charilyan menyebut diri mereka Hasanah kependekan dari Hasanuddin-

Anton Charilyan Amanah. Pasangan ini didukung oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI Perjuangan). Tubagus Hasanuddin berlatar belakang militer. Jabatan terakhirnya adalah Anggota Komisi I DPR RI. Adapun Anton Charilyan Amanah berlatar belakang POLRI. Jabatan terakhir Ridwan Kamil adalah Wakalemdiklat POLRI. Di bidang ketenagakerjaan, pasangan Hasanah memiliki program *Boga Gawe*. Program ini dirancang untuk menciptakan lapangan kerja serta sebagai sarana untuk memperjuangkan hak-hak buruh. Ada pula program *Imah Rempeg* dengan uang muka (DP) 1 % yang menyasar kalangan masyarakat menengah ke bawah. Rencananya, perumahan tersebut akan dibangun menggunakan aset pemerintah yang tersebar di ribuan titik di wilayah Jabar. Program prioritas lainnya adalah Jabar *Seubeuh*. Program ini bertujuan untuk menciptakan ketahanan pangan di Jabar yang juga meliputi pemberian bantuan modal bagi para petani.<sup>39</sup>

### b. Sudrajat dan Ahmad Syaikh

Pencalonan Sudrajat sebagai Calon Gubernur Jabar dianggap mengejutkan. Pasalnya, nama tokoh Jabar tersebut tidak terlalu ramai dibicarakan dalam bursa pencalonan. Meski begitu, Sudrajat dinilai mampu menjadi "kuda hitam" di Pilgub Jabar 2018. Sementara itu, sebagian kalangan menilai Ahmad Syaikh dapat menjadi sosok penerus Ahmad Heryawan, yang masa jabatannya sebagai gubernur akan berakhir pada 2018. Pasangan calon yang menyebut diri mereka Asyik itu ingin Jawa Barat menjadi yang termaju, religius, aman, dan sejahtera. Pasangan ini didukung oleh Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra), Partai Amanat Nasional (PAN), dan Partai Keadilan Sejahtera (PKS). Sudrajat memiliki latar belakang militer. Ridwan Kamil pernah menjadi Atase Pertahanan KBRI di London dan Washington, Dirjen Strategi Pertahanan di Departemen Pertahanan (2001), serta pernah menjadi Duta Besar RI untuk Tiongkok dan Mongolia (2005). Adapun Ahmad Syaikh, jabatan terakhirnya adalah Wakil Walikota Bekasi periode 2013-2018. Ridwan Kamil pernah menjadi Anggota DPRD Kota Bekasi (2004-2009) dan Anggota DPRD Provinsi Jawa Barat (2009-2013). Terkait visi-misi, dalam beberapa kesempatan, Sudrajat mengaku akan melanjutkan beberapa program Ahmad Heryawan, salah satunya Citarum Bersih. Menurut dia, polusi di Citarum harus diatasi agar tidak memberikan dampak negatif yang lebih besar kepada masyarakat. Selain itu, pasangan Asyik juga memiliki program utama lainnya, yakni

<sup>36</sup> "Prestasi Ridwan Kamil", <https://jabarjuara.id/prestasi-ridwan-kamil/>; diakses 13 Juli 2018.

<sup>37</sup> *Ibid.*

<sup>38</sup> "Ini Visi-Misi yang dipaparkan Cagub dan Cawagub Jabar", <http://ayobandung.com/read/2018/03/12/29998/ini-visi-misi-yang-dipaparkan-cagub-dan-cawagub-jabar>; diakses 8 Juli 2018.

<sup>39</sup> "Profil 4 Calon Gubernur Jawa Barat", <https://news.detik.com/berita/3807795/profil-4-calon-gubernur-jawa-barat>; diakses 12 Juli 2018.

membuat Jabar terkoneksi sehingga setiap desa memiliki akses internet dan diharapkan mampu mendorong perekonomian kreatif. Sudrajat-Ahmad Syaikhul juga ingin memberdayakan pesantren, petani, serta nelayan dengan membangun berbagai infrastruktur yang akan mendorong tumbuhnya penopang ekonomi Jabar tersebut.<sup>40</sup>

### c. Deddy Mizwar dan Dedi Mulyadi

Banyak kalangan berpendapat, sebagai petahana, Deddy Mizwar dinilai bakal mudah untuk mencalonkan diri kembali sebagai pemimpin Jabar. Namun dalam perjalanan, ia sempat mengalami hambatan karena Partai Keadilan Sejahtera yang semula mendukungnya kemudian menarik dukungan. Jabatan terakhir Deddy Mizwar adalah Wakil Gubernur Jabar Periode 2013-2018. Sama seperti Deddy Mizwar, Dedi Mulyadi mengalami pengalaman yang hampir serupa. Sebagai Bupati Purwakarta sekaligus Ketua DPD Partai Golkar Jawa Barat, Dedi awalnya tidak mendapat rekomendasi dari partai. Setelah melalui berbagai dinamika, keduanya kemudian dipasangkan, didukung koalisi Partai Golkar dan Demokrat. Jabatan terakhir Dedi Mulyadi adalah Bupati Purwakarta Periode 2008-2013 dan Periode 2013-2018. Dedi Mulyadi terkenal dengan kiprahnya dalam menjaga budaya asli bangsa, khususnya budaya Sunda. Ridwan Kamil memiliki slogan pribadi: "Budaya penjaga kebhinnekaan kita, jangan biarkan ia sirna dalam gempita zaman yang seolah ramai namun sepi nilai".<sup>41</sup>

Pasangan Deddy Mizwar-Dedi Mulyadi memiliki lima misi besar untuk memajukan Jabar yakni dengan melakukan reformasi birokrasi, mewujudkan sumber daya manusia berkualitas, mengelola tata ruang, infrastruktur, dan lingkungan, mengembangkan potensi dan daya saing daerah, serta menata kehidupan sosial. Selain itu, pasangan Deddy Mizwar-Dedi Mulyadi juga menyoroti soal kebijakan anggaran yang seharusnya berbasis wilayah berdasarkan jumlah penduduk dan luas wilayah sehingga menghasilkan transparansi yang berkeadilan. Pasangan ini juga memiliki program yang terangkum dalam 9 janji, yakni penyediaan air baku, penyediaan listrik, penyediaan pangan, pembenahan bidang pendidikan, pemberdayaan angkatan kerja, dan pembangunan puskesmas rawat inap dan penyediaan tenaga medis berdasarkan kebutuhan daerah. Janji lainnya adalah pertumbuhan ekonomi dengan mendorong daya saing melalui pariwisata berbasis budaya, serta pengelolaan tata

ruang, lingkungan hidup, dan infrastruktur termasuk rehabilitasi rumah tidak layak huni.<sup>42</sup>

## 3. Kekuatan/Keunggulan Metode Kampanye

### 3.1. Di Lapangan dan Di Dunia Maya

#### a. Merangkul Kaum Milenial

Cara Ridwan Kamil memenangkan Pilgub Jabar 2018 dapat ditelaah dari metode kampanye politik yang dilakukannya. Bila diperhatikan, ada beberapa metode andalan Ridwan Kamil dalam berkampanye. Ridwan Kamil menggunakan kekuatan *public figure*, misalnya para artis. Dalam metode menggunakan kekuatan artis, contohnya adalah adanya pesinetron yang juga Kader Partai Nasdem, Lucky Hakim, yang aktif berkampanye untuk kemenangan Ridwan Kamil dengan sistem *getok tular*. Selain sebagai artis, Lucky Hakim juga merupakan mantan Anggota DPR RI. Ridwan Kamil intensif menyampaikan program-program unggulan Ridwan Kamil kepada masyarakat terutama di area Kota Bekasi. Hal ini terutama adalah karena Kota Bekasi juga sedang mempersiapkan Pemilihan Wali Kota. Perhatian masyarakat Kota Bekasi yang tentunya akan terpecah inilah yang perlu dimasuki oleh Lucky Hakim untuk mengingatkan kepada warga Kota Bekasi akan keunggulan program-program Ridwan Kamil dan prestasi-prestasinya selama ini. Salah satu program Ridwan Kamil yang dipromosikan Lucky Hakim adalah Program Layad Rawat, dimana warga yang tidak mampu bisa mendapatkan perawatan dokter dengan metode dokter mengunjungi rumah warga tersebut dengan aplikasi sistem tertentu. Kekuatan Lucky Hakim yang pada Pemilihan Legislatif 2014 diusung oleh PAN dipandang akan cukup banyak membantu perolehan suara Ridwan Kamil pada Pilgub Jabar 2018. Lucky Hakim juga menjelaskan bahwa jumlah konstituennya di Pemilihan Legislatif (Pileg) adalah sekitar 57 ribu orang yang tersebar di Kota Bekasi dan Kota Depok. Ditegaskan bahwa separuh suara PAN adalah suara pribadi Lucky Hakim.<sup>43</sup>

Metode kedua yaitu mengakrabkan diri dengan kaum muda atau kaum milenial yang religius. Salah satu momen yang menunjukkan bahwa Ridwan Kamil menggunakan metode ini adalah ketika Ridwan Kamil menggunggah potret Ridwan Kamil berpose di belakang dua anak muda yang disebutnya sedang "mojok" di Hutan Bakau Muara Gembong, Bekasi, pada 2 Maret 2018. Pesan tersirat dari foto itu adalah bahwa Ridwan Kamil menunjukkan sikap

<sup>40</sup> *Ibid.*

<sup>41</sup> *Ibid.*

<sup>42</sup> *Ibid.*

<sup>43</sup> "Kampanye untuk Ridwan Kamil; Begini Strategi Lucky Hakim", <https://pilkada.tempo.co/read/1091265/kampanye-untuk-ridwan-kamil-begini-strategi-lucky-hakim> : diakses 19 Agustus 2018.

anak muda yang kurang Islami. Pengamat Politik Universitas Padjajaran, Firman Manan, menilai bahwa postingan tersebut merupakan strategi Ridwan Kamil untuk membangun pencitraan dengan menysasar pemilih milenial Jawa Barat yang religius. Meskipun nampak tidak terlalu serius, foto tersebut menampilkan kesan ada sisi-sisi religiusitas yang bisa ditangkap oleh pemilih. Apalagi Ridwan Kamil dalam foto itu memakai peci hitam yang terkesan Islami.<sup>44</sup>

Strategi semacam ini memang penting mengingat di Jawa Barat mayoritas pemilih adalah beragama Islam dengan kecenderungan tingkat religiusitas yang semakin tinggi. Selain itu, berdasarkan data dari KPU, 30% pemilih di Jawa Barat adalah para pemilih pemula, sehingga Ridwan Kamil yang mempunyai banyak pengikut di media sosial dilihat memiliki kelebihan dalam hal pendekatan melalui media sosial yang digabungkan dengan aspek religiusitas secara efektif, bila dibandingkan dengan calon-calon Gubernur/Wakil Gubernur Jawa Barat lainnya. Teknik berkampanye dengan menggunakan postingan foto itu adalah merupakan sistem bahasa kampanye sederhana yang tidak rumit, mengingat yang menjadi sasaran kampanye adalah pemilih muda yang tentunya kecenderungannya tidak dapat menikmati bahasa-bahasa yang rumit. Ini adalah salah satu kelebihan Ridwan Kamil, dimana Ridwan Kamil sudah terbiasa berkomunikasi dengan para milenial lewat media sosial, terutama. Calon-calon lain tentunya berusaha berkomunikasi dengan para milenial pula, tetapi mereka belum terbiasa seperti Ridwan Kamil.<sup>45</sup> Segmentasi politik yang dilakukan Ridwan Kamil semacam ini didukung oleh pemahaman bahwa untuk mendekati golongan milenial (kaum muda), seorang kandidat politik harus menyesuaikan diri dengan kebiasaan mereka, salah satunya lewat pemakaian bahasa.

Dari *track record* Ridwan Kamil selama menjadi Walikota Bandung sampai pada masa kampanye Pilgub Jabar 2018, tampak bahwa modal utama, yang merupakan modal terkuat kampanye politik yang dimiliki Ridwan Kamil adalah modal sosial (*social capital*). Ini berarti, Ridwan Kamil selama ini tampaknya telah berhasil membangun relasi dan kepercayaan (*trust*) dengan masyarakat, termasuk kaum muda atau golongan milenial.

<sup>44</sup> "Sentilan Ridwan Kamil untuk Menarik Pemilih Milenial: Efektifkah dan Pantaskah?", <http://www.bbc.com/indonesia/trensosial-43286975> : diakses 13 Juli 2018.

<sup>45</sup> Instagram @RidwanKamil punya 7,8 juta pengikut, hanya sekitar 500.000 lebih sedikit dibanding pengikut Presiden @Jokowi di Instagram yang mencapai 8,3 juta. *Twitter*-nya diikuti tiga juta orang dan *Facebook*-nya memiliki lebih dari dua juta fans. Lihat: "Sentilan Ridwan Kamil untuk Menarik Pemilih Milenial: "Efektifkah dan Pantaskah?", <http://www.bbc.com/indonesia/trensosial-43286975>: diakses 5 Juli 2018.

Modal sosial Ridwan Kamil secara bertahap, dengan memanfaatkan kemampuan dan keahliannya dalam bidang teknologi, tata kota (arsitektur), dan keaktifannya melakukan interaksi dengan kaum muda di media-media sosial dan di komunitas-komunitas atau organisasi-organisasi yang diikuti oleh kaum muda.

Modal sosial diandalkan Ridwan Kamil karena tampaknya Ridwan Kamil menyadari bahwa modal politik dan modal ekonomi Ridwan Kamil seimbang kekuatannya bila dibandingkan dengan Cagub lainnya. Kekuatan Ridwan Kamil adalah kedekatannya dengan masyarakat, terutama karena pemanfaatannya media sosial yang sudah terbangun ini, Ridwan Kamil mampu menyampaikan pesan-pesan kampanye politik *pervation*-nya secara efektif, tidak mengesankan bahwa Ridwan Kamil melakukannya hanya ketika momen Pilkada saja.

#### b. Memetakan Basis Kekuatan Politik

Metode kampanye Ridwan Kamil yang ketiga adalah mengandalkan ketepatan dan kecermatan memetakan basis kekuatan politik. Ketua Tim Pemenangan Ridwan Kamil-Uu Ruzhanul Ulum, Saan Mustopa mengungkapkan bahwa salah satu hal yang diandalkan sebagai strategi kampanye adalah dengan adanya pembagian peran masing-masing sosok Calon dan partai pendukung. Pembagian tugas partai dan relawan adalah dengan pemetaan kekuatan partai. Contohnya, PKB dan PPP hampir sama memiliki basis pesantren dan kuat di Jabar bagian selatan. Maka dari itu, mereka bekerja keras mengamankan suara di wilayah itu. Sementara di pihak lain, Partai Nasdem dan Hanura memiliki basis di perkotaan, sehingga dapat menggarap segmen yang belum tersentuh, misalnya di wilayah Pantai Utara (Pantura). Adapun untuk generasi milenial dan urban bisa digarap oleh relawan dibantu kader partai. Kedua pasangan Calon sendiri juga melakukan strategi kampanye secara terpisah. Ridwan Kamil yang kuat di perkotaan akan lebih berfokus disana, sedangkan Uu Ruzhanul Ulum lebih berfokus menggarap basis pesantren. Namun demikian, keduanya melakukan penggarapan bersama-sama ke wilayah-wilayah yang belum jelas arah pendukungnya. Bila ada daerah-daerah yang dianggap masih lemah dalam potensi memberikan dukungan, maka daerah-daerah itu yang menjadi prioritas sosialisasi kampanye politik. Adapun daerah-daerah yang sudah kuat dukungannya, akan dipertahankan semaksimal mungkin dan ditingkatkan terus.<sup>46</sup>

<sup>46</sup> "Saan Ungkap Strategi Pemenangan Ridwan Kamil-Uu", <https://nasional.inilah.com/read/detail/2435977/saan-ungkap-strategi-pemenangan-ridwan-kamil-uu>: diakses 13 Juli 2018.

Metode kampanye Ridwan Kamil yang berikutnya adalah membagi tugas kampanye secara terfokus berdasarkan medan perkotaan dan medan pedesaan. Ridwan Kamil memfokuskan kampanye politik di perkotaan dengan rincian sebanyak 70%, sedangkan yang 30% memfokuskan kampanyenya ke pedesaan. Sebaliknya, Uu Ruzhanul Ulum memfokuskan 70% kampanyenya ke pedesaan, dan 30% mengkonsentrasikan kampanyenya ke perkotaan. Ridwan Kamil sendiri berpandangan bahwa *image branding* atau citra Uu Ruzhanul Ulum adalah sangat kuat di pedesaan. Di pedesaan yang tersebar di Jabar, Uu Ruzhanul Ulum dianggap memiliki basis pendukung yang besar dan kuat. Apalagi Ridwan Kamil menguasai konsep tentang pembangunan desa yang telah dipraktekkan Ridwan Kamil selama dua periode kepemimpinan sebagai Bupati Tasikmalaya. Ridwan Kamil juga menyatakan bahwa dirinya memfokuskan kampanye lebih besar ke perkotaan karena telah berpengalaman selama lima tahun melakukan berbagai terobosan mutakhir untuk Kota Bandung.<sup>47</sup>

Dengan demikian dapat dilihat bahwa tampaknya kekuatan Ridwan Kamil lainnya yang menonjol adalah bahwa Ridwan Kamil bersama-sama Uu Ruzhanul Ulum telah melakukan segmentasi pasar politik dengan efektif.<sup>48</sup> Pembagian kerja antara Ridwan Kamil dengan Uu Ruzhanul Ulum terkait komunitas-komunitas mana saja yang akan mereka fokuskan masing-masing, dan juga terkait pembagian "medan perang" diantara keduanya, menunjukkan kelebihan strategi segmentasi politik bila dibandingkan dengan Cagub lainnya.

### c. Pendekatan Religius

Kemudian, metode kampanye Ridwan Kamil yang cukup diandalkan adalah melakukan pendekatan religius. Beberapa kegiatan untuk mendekati kaum religius atau dapat disebut sebagai kegiatan yang Islami dilakukan Ridwan Kamil. Ridwan Kamil mengawali kampanye politik perdananya dengan mengunjungi Pondok Pesantren Alhikmussalafiyah, Desa Cipulus, Wanayasa, Purwakarta, Jawa Barat, pada 15 Februari 2018. Tujuan kunjungan ini adalah

untuk mendengarkan aspirasi Guru Ngaji, Ulama, dan para Santri, serta memohon doa restu para Ulama untuk maju sebagai Calon Gubernur Jabar. Dalam kunjungan ini, Ridwan Kamil menyampaikan sejumlah janji, diantaranya akan merombak atau merubah Perda Pesantren sehingga akan membuat Pesantren lebih maju dari segala aspeknya, terutama dalam hal ditingkatkannya pembangunan infrastruktur Pesantren dan kesejahteraan Guru Ngaji. Bahkan, program ini dikatakan akan menjadi hal pertama yang akan Ridwan Kamil perjuangkan jika terpilih sebagai Gubernur Jabar.<sup>49</sup>

Ridwan Kamil juga berjanji, setengah program terbaik yang pernah Ridwan Kamilkan terapkan di Kota Bandung akan diterapkan di Provinsi Jabar, dalam konteks program-program yang Islami. Beberapa contohnya adalah "Maghrib Mengaji" bagi anak-anak, Shalat Shubuh berjamaah bagi pemuda, dan sistem membayar Zakat dengan menggunakan aplikasi yang terbukti mampu meningkatkan pengumpulan Zakat dari Rp 5 Miliar per tahun menjadi Rp 30 Miliar selama masa kepemimpinan Ridwan Kamil sebagai Walikota Bandung. Program lainnya adalah meminta Camat/Lurah untuk Shalat Jum'at di masjid yang berbeda setiap hari Jum'at, dan setelah itu membawakan makanan ke rumah-rumah warga miskin sekaligus untuk menampung keluhan warga. Selain itu, program yang Ridwan Kamil janjikan adalah program "Layad Rawat", yaitu dengan menyediakan 1000 Dokter untuk mendatangi dan mengobati warga yang sakit.<sup>50</sup>

Ridwan Kamil melakukan *positioning* politik sebagai tokoh yang dekat dengan umat Islam, bahkan merupakan bagian dari umat Islam itu sendiri. Secara politik, tampaknya Ridwan Kamil melakukan itu dengan dua alasan, pertama, Ridwan Kamil memperhatikan data bahwa jumlah umat Islam di Jabar adalah mayoritas, sehingga tidak mungkin untuk tidak mengakomodasi kepentingan umat Islam secara optimal, dan tidak mungkin tidak memposisikan atau mengidentifikasikan diri dengan umat Islam itu sendiri. Kedua, hal itu dilakukan kemungkinan untuk melakukan strategi *defensive* dalam upaya mengantisipasi serangan isu politik dari lawan-lawan politik Ridwan Kamil yang dikaitkan dengan isu agama, sebagaimana yang terjadi pada kasus penistaan agama mantan Wakil Gubernur DKI Basuki Tjahja Purnama (Ahok).

<sup>47</sup> "Begini Pembagian Tugas Antara Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum Saat Kampanye Pilgub Jabar", <http://jabar.tribunnews.com/2018/01/18/begini-pembagian-tugas-antara-ridwan-kamil-dan-uu-ruzhanul-ulum-saat-kampanye-pilgub-jabar>: diakses 14 Juli 2018.

<sup>48</sup> Kotler (2003) menyatakan: "Market segmentation is the process of breaking a heterogeneous group of potential buyer into smaller homogeneous groups of buyer that is with relatively similar buying characteristics or needs". Lihat: Armstrong dan Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran; Edisi Kesembilan*, Jakarta: PT. Indeks Gramedia, 2003, Hal. 86.

<sup>49</sup> "Kampanye Pertama Ridwan Kamil Umbar Janji di Pesantren": <https://www.cnnindonesia.com/pilkadaserentak/nasional/20180215103631-32-276373/kampanye-pertama-ridwan-kamil-umbar-janji-di-pesantren?>: diakses 15 Juli 2018.

<sup>50</sup> *Ibid.*

#### d. Kampanye Melalui Media Sosial

Berikutnya adalah metode kampanye politik terkait kiprah di media sosial. Ridwan Kamil telah lama sangat aktif di media sosial dan berupaya dengan tajam memetakan “demografi” para pendukungnya di media sosial. Ketika menjadi Walikota Bandung, Ridwan Kamil terkenal sebagai salah satu Politisi yang sering menggunakan media sosial sebagai upaya menggalang dukungan dan “merangkul” massa. Akun *Instagram*-nya memiliki 7,4 juta Pengikut (*Follower*). Pada media sosial *Twitter*, sepanjang tahun 2017, Ridwan Kamil menempati urutan ke-9 Politisi/Pejabat Pemerintah yang paling banyak dibicarakan, di atas Presiden keenam RI, Susilo Bambang Yudhoyono. Sementara itu, laman *Facebook*-nya diikuti dan disukai 2 juta orang lebih.<sup>51</sup>

Ridwan Kamil sangat mengandalkan media sosial dalam kampanye politiknya karena senantiasa cermat dalam memetakan pola dukungan massa di media sosial. Ridwan Kamil pernah menyatakan bahwa orang Indonesia khususnya adalah orang yang senang mengakses informasi berita secara *online*. Ridwan Kamil menggunakan media sosial hanya untuk *positive news*, mengingat *bad news* sangat marak di media sosial. Di media sosial, Ridwan Kamil senantiasa memberitakan kegiatan-kegiatan Ridwan Kamil, menjawab pertanyaan-pertanyaan masyarakat, mengklarifikasi fitnah-fitnah, dan meminta maaf bila ada kekeliruan.<sup>52</sup>

Ridwan Kamil juga memperhatikan sifat bahasa dalam berinteraksi di media sosial tersebut. Hal ini salah satunya ternyata dilatarbelakangi hasil kunjungan Ridwan Kamil ke Kantor *Facebook* di Amerika. Informasi dari *Facebook* kepada Ridwan Kamil sangat menarik, yaitu dikatakan bahwa orang Indonesia berinteraksi di *Facebook*-nya sedikit bila kalimat beritanya serius. Maka pihak *Facebook* menyarankan agar Ridwan Kamil (ketika itu sebagai Walikota Bandung), bila ingin postingan-postingannya mendapatkan respon interaksi yang tinggi, maka sampaikan saja pesan-pesannya dengan cara yang tidak terlalu serius. Maka, dari hasil riset ke *Facebook* itu, sekembalinya ke Indonesia, Ridwan Kamil merubah kalimat-kalimat postingannya di media sosial menjadi lebih humoris atau dikatakannya sebagai “*It’s a bit funny sometimes*”. Ridwan Kamil juga menyadari bahwa masyarakat Indonesia sekarang telah berubah. Mereka ingin melihat pemimpin itu apa adanya. Tidak terlalu menjaga *image*, termasuk dalam berbahasa. Kaum

milenial mengharapkan pemimpinnya juga milenial dengan berkinerja baik.<sup>53</sup>

Bukti lain bahwa Ridwan Kamil tajam dalam memetakan “demografi” pendukungnya di media sosial contohnya adalah dalam konteks fakta bahwa 70% *Followers* Ridwan Kamil di media sosial adalah *single* atau biasa disebut kalangan milenial sebagai “jomblo”. Berangkat dari itu, Ridwan Kamil sekali-sekali menyampaikan postingan-postingan yang menyentuh isu tersebut, termasuk berkomunikasi secara “gaul” tentang mantan kekasih, ajakan untuk menikah, dan semacamnya. Cara itu terbukti membuat rating interaksi postingan Ridwan Kamil selalu tinggi, dan hal inilah yang tentunya membuat Ridwan Kamil semakin populer dikalangan kaum milenial.<sup>54</sup>

Kekuatan Ridwan Kamil yang paling menonjol dalam komunikasi politik tampaknya memang keterlibatan atau keaktifan Ridwan Kamil dalam ber-media sosial. Ridwan Kamil menyadari bahwa arena “pertarungan politik” di media massa telah beralih tren nya pada media sosial. Ridwan Kamil tampaknya belajar dari beberapa kesuksesan calon-calon pemimpin dalam pemilihan umum dan pilkada karena memanfaatkan kekuatan media sosial. Contohnya adalah kemenangan Barack Obama menjadi Presiden Amerika Serikat yang salah satu faktor terpentingnya adalah dengan metode berkampanye di media-media sosial. Selain itu, Ridwan Kamil juga tampaknya belajar dari keberhasilan kemenangan pasangan Gubernur-Wakil Gubernur Jabar sebelumnya, Aher-Deddy, yang dinilai banyak kalangan disebabkan salah satunya oleh kampanye melalui media sosial yang terpelihara dengan baik dan kontinyu. Cagub Jabar 2018 lainnya sangat sulit untuk meniru metode ini karena membangun citra politik di media sosial tidak bisa bersifat dadakan. Keaktifan bermedia sosial mereka juga jauh di bawah Ridwan Kamil.

Fenomena dampak teknologi internet terhadap sikap politik masyarakat memang mempengaruhi para politisi di Indonesia, baik eksekutif ataupun legislatif. Politisi membuka komunikasi egaliter dengan para konstituennya, dengan demikian dapat meraih potensi kemenangan yang lebih besar. Contohnya adalah pada kasus kemenangan Gubernur Jawa Barat Aher-Deddy. Menurut situs *politicawave.com*, situs media monitoring politik di Indonesia, Aher-Deddy sebelum kemenangannya menguasai percakapan di media sosial, mulai dari *twitter*, *facebook*, forum, ataupun *blog*. Begitu juga Alex-Ishak sebelum kemenangannya menguasai

<sup>51</sup> “Ridwan Kamil dan Strategi Media Sosialnya: Kenapa Selalu Soal Jomblo?”, <https://www.bbc.com/indonesia/trensosial-42319886>; diakses 15 Juli 2018.

<sup>52</sup> *Ibid.*

<sup>53</sup> *Ibid.*

<sup>54</sup> *Ibid.*

percakapan (*buzz*) di media sosial 70 % percakapan dari 60% pengguna internet di Sumatera Selatan memberikan tanggapan positif terhadap petahana tersebut ([www.politicawave.com](http://www.politicawave.com)). Begitu juga tahun 2012 lalu saat Joko Widodo-Basuki Tjahya Purnama menjadi kandidat gubernur DKI, ia adalah kandidat yang banyak diperbincangkan di media sosial menurut pantauan *politicawave* (Gatra.com).<sup>55</sup>

#### e. Membidik Isu Sosial yang Tepat

Strategi kampanye politik Ridwan Kamil berikutnya adalah membidik isu sosial-ekonomi yang sedang menggelisahkan masyarakat dengan cermat dan tajam, disertai dengan pemberian tawaran solusi. Contohnya adalah masalah akan masuknya Tenaga Kerja Asing (TKA) secara besar-besaran pada tahun-tahun yang akan datang ke Indonesia. Tawaran program yang diberikan Ridwan Kamil dalam menghadapi situasi itu adalah dengan meningkatkan kompetensi tenaga kerja lokal agar lebih baik dan kompetitif. Menurut Ridwan Kamil, TKA itu bermacam-macam kategorinya, mulai dari *skilled*, *unskilled*, manajerial, hingga ilmuwan. Jadi kalau ada posisi yang keahliannya hanya bisa diisi oleh TKA, maka Ridwan Kamil akan memberikan pelatihan pada tenaga kerja lokal untuk keahlian tersebut. Ini juga akan diimbangi dengan tawaran program membuka peluang dan lapangan kerja di Jabar yang nantinya akan diisi oleh warga lokal (Jabar), bukan oleh TKA. Konsekuensi dari tawaran program-program itu adalah memperkuat fungsi Balai Latihan Kerja (BLK). Nantinya BLK harus mampu menyediakan pelatihan dan meningkatkan ketrampilan tenaga kerja lokal di Jabar. Selain itu, Ridwan Kamil juga berjanji akan memperhatikan aspek sertifikasi tenaga kerja yang menjadi salah satu ukuran kompetensi dan kemampuan tenaga kerja lokal untuk bersaing dengan tenaga kerja asing. Para penyedia tenaga kerja harus memprioritaskan tenaga kerja lokal yang telah memiliki sertifikasi.<sup>56</sup>

Ridwan Kamil mengingatkan bahwa kehadiran tenaga kerja asing telah menjadi sebuah keniscayaan sebagai konsekuensi keikutsertaan Indonesia dalam forum AFTA (*ASEAN Free Trade Area*) - Kawasan Perdagangan Bebas ASEAN, yang salah satu poinnya adalah memungkinkan para pekerja di kawasan ASEAN untuk bekerja di negara-negara anggota. Namun, justru kondisi ini akan dimanfaatkan Ridwan

Kamil untuk meningkatkan kompetensi tenaga kerja lokal Indonesia, khususnya Jabar. Melalui AFTA, Ridwan Kamil berjanji akan mencetak para pekerja di Jabar agar bisa bersaing di luar negeri, menjadi tenaga profesional dan terlatih. Ekspor tenaga kerja terlatih dari Jabar juga akan menjadikan Provinsi ini sebagai penyedia sumber daya manusia terlatih dan secara otomatis akan meningkatkan kesejahteraan para tenaga kerja yang bekerja di mancanegara. Dengan pengertian ini, Ridwan Kamil dalam kampanye politiknya mengubah sesuatu isu yang sebelumnya secara umum dipandang sebagai ancaman, menjadi peluang yang memberikan harapan bagi masyarakat Jabar.<sup>57</sup>

Ridwan Kamil dalam hal ini memanfaatkan momentum politik dengan melihat faktor psikologi massa. Momentum politik itu adalah adanya kecemasan di kalangan sebagian masyarakat yang merasa terancam dengan adanya tenaga-tenaga asing yang akan masuk ke Indonesia. Ridwan Kamil melihat hal tersebut sebagai peluang untuk memberikan tawaran solusi-solusi yang riil dan ditampilkan secara terpercaya bagi masyarakat yang cemas tersebut. Momentum ini kurang diperhatikan dengan optimal oleh Cagub-cagub pesaing Ridwan Kamil. Momentum adanya kecemasan yang cukup mengemuka di kalangan para pekerja di Jabar tersebut kurang dimanfaatkan oleh Cagub-cagub lain untuk mengadu gagasan dengan Ridwan Kamil atas persoalan ini. Posisi ini tampaknya menyebabkan sikap politik Ridwan Kamil terkait dengan masalah lapangan kerja di Jabar setidaknya-tidaknya dapat lebih memberikan harapan bagi masyarakat Jabar.

#### f. Mengandalkan Kekuatan *Track Record*

Metode kampanye politik Ridwan Kamil berikutnya sebenarnya merupakan kelebihan Ridwan Kamil yang secara otomatis akan terekspos, sehingga masyarakat akan melihatnya. Ini adalah terkait dengan catatan atau *track record* prestasi Ridwan Kamil, terutama yang berkaitan dengan masalah pembangunan tata kota dan kesejahteraan, baik sebelum menjadi Walikota Bandung maupun dalam masa kepemimpinan Ridwan Kamil sebagai Walikota Bandung. Dari informasi figur Ridwan Kamil pada waktu masa-masa kampanye, Ridwan Kamil sudah "satu langkah lebih maju" daripada pesaing-pesaingnya, karena hanya Ridwan Kamil yang catatan prestasinya banyak yang terkait dengan pembangunan tata kota yang notabene berkaitan dengan salah satu aspek dalam pemerintahan, yaitu pembangunan dan kesejahteraan. Calon-calon lainnya tentunya memiliki catatan prestasinya

<sup>55</sup> Syaefurachman al Banjari, "Branding in Politics pada Pemilu 2014", Jurnal Visi Komunikasi Volume 13, No.02, November 2014: 250-264, Jakarta: Universitas Mercubuana, Hal.260.

<sup>56</sup> "Hadapi Serbuat TKA: Ini Strategi Ridwan Kamil bila Menang di Pilgub Jabar": <https://www.liputan6.com/pilkada/read/3504721/hadapi-serbuan-tka-ini-strategi-ridwan-kamil-bila-menang-di-pilgub-jabar> : diakses 15 Juli 2018.

<sup>57</sup> *Ibid.*

masing-masing, namun *track record* Ridwan Kamil dalam aspek pembangunan tata kota dan kesejahteraan menjadi catatan yang sangat menarik perhatian publik.

Kemudian berikut adalah contoh catatan prestasi Ridwan Kamil pada masa kepemimpinan Ridwan Kamil sebagai Walikota Bandung: Pada tahun 2013: *Urban Leadership Award University of Pennsylvania*; Pada tahun 2014: 1) Penghargaan *Government and Private Partnership for Public Spaces Provision (Europe World Congress; Mayor Caucus)*; 2) Standar Pelayanan Publik dari Ombudsman; 3) Adi Upaya Puritama; 4) *MDG's Award*; 5) *Raskin Award*; 6) Pramadhana Madya Nugraha; 7) *Sindo Trijaya Award 2014* kategori Kepala Daerah Inovatif; 8) Penghargaan Pemerintah Daerah dengan Unit Pengendalian Gratifikasi (UPG) terbaik 2014 dari Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK). Pada tahun 2015: 1) Penghargaan dari *Foreign Policy Community of Indonesia (FPCI) Annual Conference 2015*, dimana Ridwan Kamil dinilai telah berhasil menerapkan kepemimpinan yang inovatif, juga atas visinya membawa Indonesia, khususnya Kota Bandung menjadi lebih dikenal di mata internasional; 2) *Finalis Smart City* di Barcelona; 3) *Kota Desain Dunia (City of Design)* dari UNESCO PBB; 4) *Government Award* dan Walikota Inovatif dari SINDO; 5) Tokoh Publik Internasional dari *IPRAS (Indonesia Public Relation Award and Summit)*; 6) Adipura Kategori Kota Metropolitan. Kemudian, dalam jangka waktu tahun 2016-2017: 1) *World Intellectual Property Organization (WIPO) Medal for Creativity*; 2) *Tata Kelola Pemerintah Terbaik* dari Kementerian Pemberdayaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (PAN-RB); 3) Adipura Kirana; 4) *Lencana Manggala Karya Kencana*, penghargaan tertinggi untuk inovasi-inovasi di bidang ketahanan/kesejahteraan keluarga dan manajemen.<sup>58</sup>

Catatan prestasi lainnya adalah Ridwan Kamil terpilih menjadi 50 Pemimpin Terbaik Dunia Tahun 2018 versi Majalah *Fortune*. Penghargaan itu bertajuk *"The World's 50 Greatest Leaders"*. Ridwan Kamil dinilai berhasil mengatasi berbagai masalah yang ada di Kota Bandung selama menjabat sebagai Walikota Kota Bandung sejak tahun 2013. Ridwan Kamil menempati urutan ke-48 Pemimpin paling berpengaruh di dunia pada 2018.<sup>59</sup> Ridwan Kamil juga dianugrahi penghargaan Walikota Inovatif 2017 Kategori Lingkungan Hidup, diberikan langsung oleh

Menteri Dalam Negeri Tjahjoe Kumolo, pada 1 Agustus 2017.<sup>60</sup>

Ridwan Kamil telah menggunakan kekuatan pencitraan politik yang efektif karena didukung oleh karya-karya nyata terutama yang diwujudkan dalam pemanfaatan teknologi untuk pelaksanaan kegiatan pemerintahan, pada masa menjadi Walikota Bandung. Ridwan Kamil tampaknya benar-benar menyadari bahwa pencitraan politik harus dibangun dengan pondasi kredibilitas yang tinggi.<sup>61</sup> Dalam hal pencitraan politik ini juga Ridwan Kamil "jauh berada di depan" Cagub lainnya karena pembuktian-pembuktian kinerja Ridwan Kamil selama menjadi Walikota Bandung. Ini menyebabkan Cagub lain sulit untuk "menyerang" Ridwan Kamil dari aspek citra politiknya. Modal memiliki citra politik sebagai kepala daerah inilah yang menyebabkan Cagub lain menjadi lemah secara *positioning*, karena mereka baru bisa mengutarakan citra politiknya dalam forum debat dan pada momen-momen kampanye Pilgub Jabar 2018 lainnya. Padahal, citra politik yang sesuai dengan "arena pertarungan" politik itu harus dibangun dalam waktu yang lama.

Secara konseptual, Ridwan Kamil memiliki daya jual yang khas dan tidak dimiliki Cagub lain. Ini adalah terkait *branding* Ridwan Kamil sebagai pemimpin yang milenial, "gaul", kekinian, menguasai teknologi, inovatif, dan kreatif.<sup>62</sup> Cagub lain belum memiliki *branding* yang khas masing-masing. Ada satu yang

<sup>58</sup> "Prestasi Ridwan Kamil": <https://jabarjuara.id/prestasi-ridwan-kamil/>

<sup>59</sup> "Dinobatkan jadi Pemimpin Terbaik Dunia, Ridwan Kamil: Alhamdulillah", <http://www.tribunnews.com/regional/2018/04/24/dinobatkan-jadi-pemimpin-terbaik-dunia-ridwan-kamil-alhamdulillah>: diakses 13 Juli 2018.

<sup>60</sup> "Ridwan Kamil Raih Penghargaan Kepala Daerah Inovatif", <http://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/2017/08/01/ridwan-kamil-raih-penghargaan-kepala-daerah-inovatif-2017-406523>: diakses 13 Juli 2018.

<sup>61</sup> Apa yang dikesankan dan difahami dalam ingatan publik merupakan persepsi publik terhadap realitas. Kesan atau persepsi dibangun diatas realitas pelaku politik. Hubungan diantaranya, Agung Wasesa (2010) mengistilahkan dengan PRC, kependekan dari Persepsi-Realitas-Citra. PRC harus dibangun dengan pondasi kredibilitas. PRC yang tidak dibangun dan didasari oleh informasi realitas yang memiliki kredibilitas tinggi, hanya akan membangun citra yang lemah. Resikonya, akan terdapat celah negatif yang dapat dimanfaatkan oleh pihak lain yang memiliki kepentingan berseberangan, untuk kemudian membalik citra menjadi negatif dengan mudah. Lihat: Agung Wasesa, *Strategi Public Relations: Membangun Pencitraan Berbiaya Minimal dengan Hasil Maksimal*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010, Hal.55.

<sup>62</sup> *Branding* merupakan salah satu aspek penting dalam strategi kampanye politik. *Brand* sejatinya merupakan merk. Merk berkenaan dengan sesuatu yang melekat dalam "dagangan" yang menjadikannya berbeda dengan "dagangan" lainnya. *Branding* dalam konteks pemasaran politik, lebih merupakan upaya strategis mengembangkan identitas untuk menarik perhatian dan minat masyarakat agar lebih mengenal produk politik. Lihat: Gun Gun Heryanto, *Komunikasi Politik: Sebuah Pengantar*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2013, Hal.57.

sebetulnya memiliki ciri khas, yaitu Dedi Mulyadi, yaitu dalam karakternya yang ber-*image* menjunjung tinggi budaya Sunda asli. Namun, *branding* Dedi Mulyadi ini tampaknya sangat riskan bila dihadapkan dengan fakta jumlah pemeluk Agama Islam di Provinsi Jawa Barat adalah mayoritas. Hal ini dikarenakan banyak praktek-praktek budaya yang Dedi Mulyadi praktekkan cenderung diterjemahkan sebagian kalangan sebagai tindakan yang musyrik atau tidak sesuai dengan ajaran Islam. Dengan demikian, *branding* Dedi Mulyadi tidak “mengancam” Ridwan Kamil sama sekali, karena keberhasilan-keberhasilan Dedi Mulyadi semasa memimpin Kabupaten Purwakarta seakan agak “tertutupi” oleh *image* tokoh budaya tersebut.

*Image* politik yang dilakukan oleh Ridwan Kamil dimana menampilkan Ridwan Kamil sebagai sosok yang inovatif, kreatif, memiliki visi jauh ke depan dan berskala nasional telah dilakukan Ridwan Kamil tidak hanya menjelang Pilkada Gubernur Jabar 2018 saja. Inilah yang membuat *image* politik tersebut “terpatri” pada sebagian masyarakat secara kuat.<sup>63</sup> Ridwan Kamil telah menyadari – sebagaimana disampaikan Firmanzah (2008) – bahwa membangun *image* politik dan sampai di masyarakat sesuai dengan apa yang diharapkan bukanlah hal yang mudah dan dapat cepat dicapai, sehingga untuk memperolehnya, ada hal yang harus dilakukan terus-menerus oleh seorang kandidat pemimpin, yaitu komunikasi politik, yang tidak bisa diimplementasikan hanya sewaktu periode kampanye politik saja, melainkan melekat pula pada pemberitaan dan publikasi atas apa saja yang telah, sedang, dan akan dilakukan oleh kandidat pemimpin.<sup>64</sup> Dengan keaktifan Ridwan Kamil di media sosial sejak lama, misi tersebut dengan mudah Ridwan Kamil praktekkan.

#### g. Bergerak Cepat Menyikapi *Black Campaign*

Metode kampanye politik Ridwan Kamil berikutnya adalah bergerak cepat dalam mengklarifikasi *black campaign* yang menyerang diri Ridwan Kamil. Gerak cepat ini dapat dilakukan karena keaktifan Ridwan Kamil di berbagai media sosial sejak

lama, khususnya sejak Ridwan Kamil menjabat sebagai Walikota Bandung. Melalui media sosial, klarifikasi Ridwan Kamil atas tuduhan-tuduhan yang bersifat fitnah dapat efektif tersebar dengan cepat. Ridwan Kamil mengatakan bahwa seiring dengan bergulirnya wacana pencalonan dirinya sebagai Gubernur Jawa Barat, fitnah dan tuduhan-tuduhan yang menyerang dirinya pribadi, keluarga dan jabatannya, semakin mengemuka. Ridwan Kamil mengaku tak bisa tinggal diam dan wajib membantahnya. Hal ini berbeda dengan saat Ridwan Kamil mencalonkan diri sebagai Wali Kota Bandung, dimana isu yang belum dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, apalagi tingkat fitnah adalah kecil sekali bahkan nyaris tidak ada.

Sebagaimana disampaikan sebelumnya, contoh tuduhan yang bersifat *black campaign* kepada Ridwan Kamil adalah ketika Ridwan Kamil diserang di media sosial dengan isu menerbitkan 300 IMB rumah ibadah non-Muslim selama masa jabatannya sebagai Walikota Bandung – lepas dari data lain bahwa Ridwan Kamil sendiri pernah mengatakan hal itu – Ridwan Kamil dengan cepat mengklarifikasinya di media sosial bahwa itu adalah fitnah. Ridwan Kamil juga dengan cepat mengklarifikasi terkait tuduhan bahwa Ridwan Kamil adalah pendukung LGBT dengan menampilkan fakta bahwa Ridwan Kamil justru merupakan satu-satunya Walikota Bandung selama ini yang dengan tegas menutup *café* dan tempat SPA LGBT di Bandung dalam kurun waktu Ridwan Kamil menjabat sebagai Walikota Bandung. Ridwan Kamil bahkan mengingatkan bahwa Ridwan Kamil pernah akan digugat oleh kaum LGBT karena Ridwan Kamil melarang kampanye LGBT di media sosial.<sup>65</sup>

Klarifikasi cepat juga dilakukan Ridwan Kamil atas isu yang mengatakan bahwa Ridwan Kamil adalah penganut dan pendukung Syiah. Ridwan Kamil menegaskan bahwa Ridwan Kamil adalah seorang Muslim beraliran Sunni Aswaja, dimana Ridwan Kamil mengurus beberapa Pesantrennya di Bandung dan Sumedang. Ridwan Kamil juga mengklarifikasi atas tuduhan bahwa Ridwan Kamil tidak peduli dengan Islam dengan menunjukkan data-data kegiatan-kegiatan ke-Islam-an yang telah dilakukan selama Ridwan Kamil menjabat sebagai Walikota Bandung. Ridwan Kamil juga mengklarifikasi tuduhan bahwa Ridwan Kamil tidak pro-Palestina dan pro-Rohingya dengan mengingatkan bahwa Ridwan Kamil memberikan dan mengumpulkan bantuan untuk Palestina dan kaum Rohingya. Ridwan Kamil juga menampik tuduhan bahwa Ridwan Kamil tidak

<sup>63</sup> Dalam kampanye terdapat dua hubungan yang akan dibangun, yaitu internal dan eksternal. Hubungan internal adalah suatu proses antara anggota-anggota partai dan pendukung untuk memperkuat ikatan ideologis dan identitas mereka. Sementara hubungan eksternal dilakukan untuk mengkomunikasikan *image* yang akan dibangun kepada pihak luar partai, termasuk media massa dan masyarakat secara luas. Lihat: Firmanzah, *Persaingan, Legitimasi Kekuasaan, dan Marketing Politik*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010, Hal.217.

<sup>64</sup> Firmanzah, *Marketing Politik, Antara Pemahaman dan Realitas*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2008. Hal.241.

<sup>65</sup> “Pilkada Jawa Barat Giliran Ridwan Kamil diserang Isu Agama”, <https://nasional.tempo.co/read/868910/pilkada-jawa-barat-giliran-ridwan-kamil-diserang-isu-agama>: diakses 17 Juli 2018.

pro Aksi 212 dengan mengingatkan bahwa Ridwan Kamil justru memberi bantuan pada Aksi 212 berupa uang tunai Rp 25 juta dan tukang pijat bagi para peserta Aksi 212.<sup>66</sup>

Ridwan Kamil tampaknya menyadari bahwa cara terbaik untuk mengatasi *black campaign* adalah dengan secepat mungkin melakukan *counter information* atau klarifikasi atas isu-isu yang bersifat *black campaign* sebelum isu tersebut menjadi lebih tersebar dan mempengaruhi preferensi masyarakat terhadap dirinya. Tingkat perubahan pilihan di kalangan masyarakat Jabar dikatakan cukup tinggi. Fakta ini setidaknya-tidaknya membuat Ridwan Kamil merasa perlu untuk mempertahankan preferensi yang positif pada dirinya, sehingga pemilih atau simpatisan Ridwan Kamil tidak merubah pikiran mengalihkan dukungan pada Cagub lain sebagai akibat adanya *black campaign*.

### 3.2. Dalam Forum Debat Pilgub Jabar 2018

Dalam acara Debat Cagub Jabar 2018, cara penyampaian visi-misi oleh Ridwan Kamil memiliki ciri khas yang berbeda dari Cagub lainnya. Nuansa yang ditampilkan adalah nuansa yang mengesankan tidak terlalu serius atau terlalu tegang. Contohnya adalah ketika Ridwan Kamil menyampaikan semacam pantun yang bertema “Tahu Bulat”<sup>67</sup>, bunyinya: “Tahu Bulat digoreng dadakan, harganya lima ratusan. Jika Jawa Barat ingin perubahan, pasangan Rindu wajib menjadi pilihan”. Dibandingkan dengan Cagub lainnya, gaya bahasa Ridwan Kamil ini tampaknya lebih dekat dengan kalangan milenial, atau dalam bahasa populernya adalah terkesan “gaul”. Pasangan Cagub lain mengemas pemaparan visi-misi awalnya dengan terlalu serius dan kurang memberikan “sentuhan” ringan semacam itu. Dari sini, Ridwan Kamil sudah menang terlebih dahulu dalam menarik perhatian kalangan milenial. Istilah “kesan pertama begitu menggoda” tampaknya sudah diraih oleh Ridwan Kamil pada tahap awal Debat Publik ini. Ini mungkin terkesan remeh, tetapi mengingat besarnya prosentase pemilih pemula yang

notabene adalah kawula muda, strategi penggunaan bahasa yang “ramah” terhadap kaum muda setidaknya sudah menimbulkan daya tarik tersendiri yang menunjukkan *positioning* Ridwan Kamil. Ini menunjukkan bahwa Ridwan Kamil memahami bahwa faktor bahasa merupakan unsur yang penting dalam menarik perhatian massa.

Hal menarik lainnya – yang mungkin terkesan remeh – adalah gaya atau bahasa tubuh Ridwan Kamil dan pasangannya, Uu Ruzhanul Ulum dalam menunjukkan kekompakan dan saling mendukung satu sama lain. Setiap setelah menjawab atau merespon pertanyaan-pertanyaan dalam Debat Pilgub, keduanya selalu melakukan “Tos” dengan gaya anak muda, yaitu kedua tangan dikepalkan dan dibenturkan satu sama lain. Ini sekali lagi tampaknya bukan sesuatu yang penting dalam konteks politik, tetapi dalam sudut pandang *positioning* politik sebagai simbol milenialitas yang memang sedang menjadi tren bagi politisi, hal ini sangat signifikan menarik perhatian kaum muda. Ridwan Kamil dan Uu tampak memahami bahwa menjadi “makelar simbol” yang dapat menerjemahkan sikap, pengetahuan, dan minat suatu komunitas ke dalam istilah-istilah bahasa yang berbeda tetapi menarik dan dapat dimengerti adalah aspek yang penting.

Dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan dari moderator, Ridwan Kamil senantiasa menjawab dengan jawaban yang relatif lebih konkret daripada Cagub lain. Contohnya, ketika ditanya tentang keharmonisan hubungan kerja antara Gubernur dengan para Bupati/Walikota, baik itu Pasangan Hasanuddin-Anton, Pasangan Sudrajat-Syatku, dan Pasangan Deddy Mizwar-Dedi Mulyadi merespons dengan hal-hal yang bersifat normatif, seperti pemahaman juridis terkait hubungan antara Gubernur dengan para Bupati/Walikota berdasarkan peraturan perundang-undangan. Sementara Ridwan Kamil merespon dengan jawaban yang bersifat solutif, yaitu antara lain bahwa untuk meningkatkan koordinasi antara Gubernur dengan Bupati/Walikota, Ridwan Kamil merencanakan akan membentuk Grup WA diantara mereka semua, sehingga bisa saling menyapa dan berkoordinasi setidaknya 1 minggu 1 kali. Selain itu, solusi konkret Ridwan Kamil adalah dengan menggunakan instrument Bantuan Gubernur. Bila Bupati/Walikota “nurut”, bantuan Gubernur nya akan ditambah pada tahun berikutnya, dan sebaliknya, bila “tidak nurut”, Bantuan Gubernur nya akan dipotong.

Disini dapat kita lihat, bahwa sebetulnya tingkat pengetahuan para pesaing Ridwan Kamil relatif seimbang dengan Ridwan Kamil. tampaknya Ridwan Kamil menyadari hal itu dan akhirnya menggunakan strategi kampanye *positioning*. Strategi ini pada

<sup>66</sup> “Ridwan Kamil Klarifikasi Isu Pro LGBT Jelang Pencoblosan”, <https://www.cnnindonesia.com/pilkadaserentak/nasional/20180627073428-32-309350/ridwan-kamil-klarifikasi-isu-pro-lgbt-jelang-pencoblosan?> : diakses 17 Juli 2018.

<sup>67</sup> Tahu Bulat merupakan makanan/jajanan yang sedang populer di Jawa Barat, dijajakan secara keliling menggunakan mobil bak. Penjualnya menggunakan rekaman suara yang disampaikan melalui *loadspeaker* dengan kata-kata baku yang terkenal: “Tahu Bulat, digoreng dadakan, lima ratusan”. Kalimat ini sangat terkenal di kalangan masyarakat Jawa Barat. Lihat: “Melihat Fenomena Tahu Bulat Digoreng Dadakan 500”, <https://news.detik.com/berita/3218448/melihat-fenomena-tahu-bulat-digoreng-dadakan-500> : diakses 16 Juli 2018.

akhirnya akan menunjukkan pembeda yang menjadi daya tarik yang khas bagi Ridwan Kamil, dan itu adalah dalam hal gaya bahasa serta respon yang bersifat konkret atas setiap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan moderator debat.

Tingkat ke-konkret-an jawaban-jawaban Ridwan Kamil dalam debat juga didukung oleh pengalaman Ridwan Kamil dalam melahirkan inovasi-inovasi teknologi dalam penyelenggaraan pemerintahan semasa menjadi Walikota Bandung. Misalnya, ketika ditanyakan tentang bagaimana mencegah korupsi dalam tubuh pemerintahan di Jawa Barat, disaat Cagub lain merespon dengan jawaban-jawaban yang konseptual dan teoritis, Ridwan Kamil menjawab bahwa selama menjadi Walikota Bandung, Ridwan Kamil telah berupaya mencegah korupsi dengan sistem teknologi secara *online*, dimana hal itu telah efektif mencegah korupsi dalam tubuh Pemerintah Kota Bandung. Hal ini diwujudkan dalam bentuk ratusan aplikasi anti korupsi. Selain itu Ridwan Kamil juga selama ini membentuk Tim-Tim dalam banyak sektor untuk mencegah korupsi atau pungli, dan inipun telah efektif mencegah korupsi atau pungli.<sup>68</sup>

Jawaban Ridwan Kamil itu semakin diperkuat dengan fakta yang mendukung, yaitu bahwa Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) ketika itu (pada saat Debat Pilgub diselenggarakan) telah memerintahkan 30 Pemda di Indonesia untuk datang ke Bandung dan meng-*copy* apa yang telah Pemkot Bandung lakukan untuk mencegah korupsi tersebut. Ditambahkan lagi, Ridwan Kamil menegaskan bahwa bila terpilih sebagai Gubernur Jabar, maka seluruh Kabupaten/Walikota akan diwajibkan memakai sistem dan aplikasi pencegahan korupsi yang telah didukung KPK tersebut. Ini tentunya menjadi nilai *plus* bagi pasangan Ridwan-Uu dibandingkan dengan Cagub lainnya.<sup>69</sup>

*Positioning* yang dilakukan Ridwan Kamil tampaknya memang menjadi andalan utama dan “daya jual” yang kuat bagi Ridwan Kamil dalam Debat Pilgub. Ini yang membuat Ridwan Kamil selalu “satu langkah lebih maju” dibandingkan Cagub lain dalam setiap menjawab pertanyaan-pertanyaan Moderator Debat.<sup>70</sup> Ketika ditanyakan bagaimana mencegah politik balas budi bila terpilih menjadi Gubernur Jabar 2018, Ridwan Kamil menampilkan salah satu inovasi yang sudah dipraktikkannya pada masa menjadi Walikota Bandung, yaitu sistem *E-Lelang* dan *E-Katalog* yang telah mendapatkan penghargaan dari PBB atas keefektivannya. Sementara Cagub lain – meskipun tampak jelas konsep yang ditawarkannya, serta berkomitmen untuk menolak “mahar politik” – tetap saja berada “satu langkah di belakang” Ridwan Kamil karena mereka masih sebatas mengutarakan rencana.<sup>71</sup>

Tingkat ke-konkret-an ide-ide Ridwan Kamil juga tampak dalam program-program yang belum dilaksanakan, sebagai bentuk visi-misinya. Salah satu contohnya adalah ketika ditanya bagaimana mengatasi “banjir” produk impor komoditi pangan yang merugikan petani lokal, Ridwan Kamil menjawabnya dengan mengemukakan ide digitalisasi perdagangan. Sistem perdagangan dari petani ke konsumen akan dilakukan secara *online*, dan para petani akan diberikan pelatihan untuk menerima dan menindaklanjuti orderan produk pertanian yang diterima. Dengan cara seperti ini, harga jual produk pertanian dari petani akan naik dua kali lipat dan akan meningkatkan kesejahteraan petani. Disisi lain, harga jual bagi konsumen akan turun karena tidak ada lagi permainan dari “pihak tengah” yang selama ini mempermainkan harga sehingga petani tidak optimal mendapatkan keuntungan dari hasil jual produk pertaniannya.

<sup>68</sup> Tim-Tim Pencegah Korupsi yang dibentuk Ridwan Kamil sepanjang menjadi Walikota Bandung antara lain Tim Insinyur, yang misinya agar dalam hal IMB, *Developer* tidak langsung berhubungan dengan Walikota; Tim Diskresi, yaitu untuk mencegah pihak-pihak yang ingin meminta kemudahan-kemudahan dalam kepengurusan tertentu, tidak langsung ke Walikota; Ada juga Forum CSR, dan lain-lain. Adapun teknologi yang diterapkan untuk mencegah korupsi antara lain Aplikasi Hibah, Aplikasi Perizinan *Online*, Aplikasi *E-Budgeting*. Sumber: Tayangan Debat Cagub Jabar 2018.

<sup>69</sup> Pasangan Hasanuddin-Anton sebetulnya juga sudah menawarkan sistem *online* dalam mencegah korupsi yang dinamakan “molotot.com”. Hanya saja, tampaknya program ini belum memiliki varian yang lengkap seperti program-program aplikasi pencegahan korupsi Ridwan Kamil. Yang jelas, kelebihan sistem pencegahan korupsi secara *online* Ridwan Kamil adalah bahwa itu telah didukung dan diakui keefektifannya oleh KPK dan telah direkomendasikan bagi seluruh Pemda di Indonesia, sementara “molotot.com” masih

bersifat tawaran/wacana. Sumber: Debat Pertama Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2018, diselenggarakan pada 12 Maret 2018, di Sasana Budaya Ganesha Institut Teknologi Bandung, Bandung, Jawa Barat, disiarkan oleh Kompas TV.

<sup>70</sup> Sumber: Debat Pertama Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2018, *Ibid*.

<sup>71</sup> Dedi Mulyadi sempat memberikan pernyataan yang cukup “mengejar ketinggalan” dalam hal ini, yaitu dengan menyatakan bahwa sebaik apapun sistem *online* yang dijalankan dalam pengadaan proyek Pemda, bila pada awal pencalonan sebagai Gubernur mendapat sokongan dari pihak-pihak swasta, maka politik balas budi tidak akan terhindarkan. Disini Dedi Mulyadi menampilkan *positioning* nya sebagai Calon yang tidak mendapatkan dukungan dari pihak swasta, sehingga itu dijadikan “senjata” untuk meyakinkan warga Jabar bahwa pasangan Deddy Mizwar-Dedi Mulyadi tidak terbebani dengan politik balas budi bila terpilih. Sumber: Debat Pertama Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2018, *Ibid*.

Ridwan Kamil juga menawarkan program yang sifatnya dapat diterapkan secara nasional pada saatnya nanti. Contohnya adalah program “Lemper”, yang merupakan akronim dari *Lembur* Penuh Listrik. Program ini merupakan program Listrik Masuk Desa, yang misinya adalah 100% desa di Jabar (dan kelak di seluruh Indonesia) dapat menikmati listrik dengan memanfaatkan teknologi pemakaian aki. Hal ini sangat terjangkau harganya oleh masyarakat desa karena biaya listriknya menjadi hanya Rp 2000,- per bulan. Dengan teknologi ini, 5 kamar dalam setiap rumah akan bisa dipakaikan listrik.<sup>72</sup>

Di sisi lain, pasangan Hasanuddin-Anton ketika ditanya tentang masalah pertahanan keamanan juga menampilkan jawaban yang belum tampak aplikasinya secara konkret di lapangan. Waktu bicara untuk menerangkan masalah yang ditanyakan sayangnya tidak dimanfaatkan secara maksimal oleh TB. Hasanuddin, dan malahan menyerahkan waktu yang tersisa bagi Anton yang justru menyampaikan hal-hal yang kurang relevan dengan pertanyaan dari Moderator Debat.

Kemudian, pasangan Sudrajat-Syaikhu ketika ditanya soal bagaimana memajukan koperasi dan UMKM tampak lebih konkret jawabannya, yaitu dengan menawarkan program Jabar 100% *online*. Namun sayangnya, *branding* sistem *online* tampaknya sudah terlebih dahulu menjadi citra Ridwan Kamil. Apalagi sistem *online* pada pemerintahan Ridwan Kamil semasa menjadi Walikota Bandung sudah menjadi percontohan bagi seluruh daerah di Indonesia. Tawaran program Jabar 100% *online* yang dikemukakan Sudrajat tersebut justru seakan-akan memberikan kekuatan opini kepada publik bahwa apa yang dilakukan Ridwan Kamil selama ini memang benar, yaitu mengedepankan teknologi secara *online* dalam menjalankan pemerintahan daerah. Ini justru semakin memperkuat *positioning* kampanye politik Ridwan Kamil.

Adapun Dedy Mizwar mengetengahkan prolog jawaban yang cukup fatal, yaitu ketika ditanyakan tentang bagaimana menghadapi kemajuan pergerakan industri dimana ada ancaman tenaga manusia akan tergeser sepenuhnya oleh tenaga mesin, dijawab bahwa Ridwan Kamil tidak tahu jawabannya dan akan menyerahkan kepada para ahlinya nanti. Meskipun selanjutnya Ridwan Kamil menjelaskan pandangan Ridwan Kamil, tetapi tetap saja prolog tersebut tentunya cukup mengagetkan masyarakat, bahwa sosok calon pemimpin seharusnya memiliki tingkat pengetahuan yang walaupun mungkin masih bersifat umum, cukup dikuasai dan ditawarkan kepada masyarakat.

Kemudian, di pihak Pasangan Hasanuddin-Anton, tampaknya ada hal-hal yang secara tidak sengaja menurunkan nilai kredibilitas mereka di mata masyarakat melalui jawaban atau respon yang disampaikan. Contohnya, ketika Uu Ruzhanul Ulum menyampaikan bahwa program pasangan Ridwan-Uu salah satunya adalah Internet Masuk Desa, Hasanuddin memberikan tanggapan bahwa Ridwan Kamil selama bertugas mengurus Internet Masuk Desa di Komisi I DPR RI belum berhasil (gagal) dalam menerapkan Internet Masuk Desa. Ini tentu adalah kesalahan fatal, karena masyarakat tentunya menganggap itu adalah suatu kegagalan Hasanuddin di Komisi I DPR RI. Efeknya tentunya akan menimbulkan keraguan akan kapasitas Ridwan Kamil untuk mengupayakan penyebaran pengetahuan internet ke pelosok Jabar sampai ke desa-desa. Ini merupakan kelengahan di pihak Hasanuddin. Ridwan Kamil terjebak pada niat yang menyerang, tetapi malah menjadi “bumerang” bagi kelemahan sendiri.

Kesalahan fatal juga dilakukan oleh pihak Pasangan Sudrajat-Syaikhu. Kesalahannya adalah bahwa Syaikhu melakukan pertanyaan yang bersifat *character assassination* kepada Dedi Mulyadi yang *notabene* adalah tokoh yang menjunjung tinggi budaya asli Nusantara. Syaikhu mempertanyakan mengapa pada masa kepemimpinan Dedi Mulyadi di Purwakarta, banyak pohon-pohon yang ditutupi dengan kain. Saling respon antara keduanya dalam hal ini juga menunjukkan bahwa Syaikhu gagal dalam menerapkan strategi ofensifnya, dan – seperti yang terjadi pada Hasanuddin – serangannya menjadi “bumerang” bagi dirinya sendiri, yaitu dengan menimbulkan kesan bahwa Ridwan Kamil senang menjatuhkan orang dan menimbulkan rasa kurang bersimpati pada pihak yang mendukung kebijakan Dedi Mulyadi selama ini yang cenderung menonjolkan nilai-nilai budaya tersebut. Jadi, *character assassination* yang dilakukan Syaikhu justru menjadi kelengahan yang melemahkan.

Hal kontroversial juga dilakukan oleh pasangan Sudrajat-Syaikhu pada sesi penutup Debat Publik yang kedua, dimana mereka menyampaikan jargon: “Bila kami menang, insya Allah 2019 ganti Presiden”. Mereka juga membentangkan spanduk kecil bertuliskan “2019 Ganti Presiden”. Peristiwa ini sempat memicu kericuhan para penonton Debat dan membuat jalannya acara Debat terganggu dan terhenti untuk beberapa lama, menunggu situasi terkendali kembali. Peristiwa ini setidaknya berpotensi menurunkan tingkat simpati kepada mereka, khususnya bagi sebagian calon pemilih yang tidak sepaham dengan *spirit* “2019 Ganti Presiden” tersebut. Tentu saja potensi perolehan suara untuk mereka menjadi berkurang.

<sup>72</sup> Debat Pertama Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2018, *Ibid*.

Dari sisi penyampaian jawaban, pasangan Hasanuddin-Anton terlihat sangat normatif. Begitu pula dengan pasangan Sudrajat-Syaikhu. Ketika Ridwan Kamil bertanya pada pasangan Sudrajat Syaikhu terkait bagaimana cara meningkatkan nilai akuntabilitas kinerja Pemerintah Daerah dari C menjadi A, Syaikhu memberikan jawaban yang sangat normatif. Hal ini ditanggapi Ridwan Kamil dengan solusi konkret, yaitu Ridwan Kamil bila terpilih menjadi Gubernur Jabar 2018 akan mewajibkan seluruh Bupati/Walikota di Kota Bandung untuk menggunakan aplikasi khusus yang akan meningkatkan nilai akuntabilitas kinerja tersebut. Dan Ridwan Kamil kembali mengingatkan bahwa dengan instrumen Bantuan Gubernur, Ridwan Kamil akan dapat "memaksa" para Bupati/Walikota di seluruh Jabar untuk mengikuti arahan Ridwan Kamil tersebut.

Dari hal tersebut dapat kita lihat bahwa strategi *offensive* yang dilakukan Ridwan Kamil ketika mengajukan pertanyaan kepada Cagub lain adalah bersifat *soft*. Ridwan Kamil tidak "menyerang" Cagub pesaing dengan sistem keras, tetapi dengan menghadapkan pandangan mereka dengan solusi yang Ridwan Kamil tawarkan sendiri, dan kemenangannya adalah bahwa solusi itu telah dibuktikan efektif, yaitu yang diterapkan semasa Ridwan Kamil menjadi Walikota Bandung. Dengan teknik ini, setiap pertanyaan dari Cagub lain bagi Ridwan Kamil justru dimanfaatkan secara efektif sebagai ajang promosi atas program-program yang sudah dijalankan selama ini dan berjalan dengan baik ketika menjadi Walikota Bandung, baik dalam bidang ekonomi, akuntabilitas publik, pemberdayaan wanita, dan sebagainya. Setiap pertanyaan kepada Ridwan Kamil yang dianggap sebagai isu-isu yang bisa dicari titik lemahnya, justru oleh Ridwan Kamil dijawab dengan konkret karena semuanya sudah Ridwan Kamil lakukan melalui program-program yang sudah terbukti berjalan dengan baik semasa Ridwan Kamil menjadi Walikota Bandung. Contohnya, ketika Sudrajat menanyakan bagaimana Ridwan Kamil akan memperhatikan kehidupan perempuan, maka Ridwan Kamil memanfaatkannya dengan mempromosikan keberhasilannya selama ini dalam membuat dan mengimplementasikan program-program yang berpihak kepada perempuan. Ridwan Kamil menjelaskan bahwa 38% Kepala-kepala Dinas di Pemerintah Kota Bandung diisi oleh perempuan, dari 30% minimal yang disyaratkan peraturan perundang-undangan. Ridwan Kamil juga mempromosikan keberhasilannya dalam melaksanakan program Kredit Tanpa Bunga dan Tanpa Agunan Berbasis Masjid, dimana sekitar 70% pemakai jasanya adalah perempuan, khususnya melalui program-

program pemberdayaan perempuan. Ridwan Kamil juga menyatakan telah memperhatikan kehidupan para lansia yang mayoritas adalah perempuan, memberantas perdagangan anak perempuan, dan lain-lain.<sup>73</sup> Cagub lain seakan-akan sudah menjadi "terkunci" dalam mencari celah kelemahan Ridwan Kamil. Strategi *defensive* dengan efektif diterapkan oleh Ridwan Kamil ketika menjawab pertanyaan-pertanyaan pesaing.

Satu-satunya yang cukup dapat mengimbangi Ridwan Kamil dalam memberikan solusi yang cukup konkret dalam setiap isu yang diketengahkan adalah pasangan Deddy Mizwar-Dedi Mulyadi, khususnya solusi-solusi yang disampaikan Dedi Mulyadi. Baik Ridwan Kamil maupun Dedi Mulyadi sama-sama membahas setiap pertanyaan langsung pada akar permasalahannya, sehingga solusi yang ditawarkan menjadi lebih konkret. "Kekalahan" Dedi Mulyadi tampaknya ada pada penerapan aplikasi teknologi dalam menjalankan Pemerintahan daerah (belum setingkat Ridwan Kamil, yang *notabene* sudah menjadi percontohan bagi seluruh daerah di Indonesia) dan kontroversi gaya kepemimpinan Dedi Mulyadi yang kadar budayanya dinilai sebagian kalangan lebih "kental" daripada unsur nilai-nilai Agama Islam, yang merupakan Agama mayoritas masyarakat Jabar.

Dari uraian di atas, yang terlihat dalam forum Debat Pilgub Jabar 2018, tampak bahwa kemenangan Ridwan Kamil didasarkan atas kekuatan personalnya. Dalam konsep kepemimpinan politik, kekuatan ini disebut sebagai kekuasaan personal. Kekuasaan personal ini diperoleh berdasarkan kharisma tertentu yang dimiliki seorang pemimpin. Kharisma ini dapat diperoleh karena memang anugrah sejak lahir, dan juga dapat diperoleh karena keahlian khusus yang tidak dimiliki pemimpin lain, serta juga dapat diperoleh sekaligus dari kedua-duanya. Ridwan Kamil memiliki keahlian yang jarang dimiliki oleh pemimpin-pemimpin lain pada umumnya, yaitu keahlian dalam menguasai teknologi dan berinovasi di dalamnya guna mendukung kinerja pemerintahan. Dalam teori kepemimpinan politik, kekuasaan personal akan efektif bila didukung oleh keahlian khusus yang dimiliki oleh seorang tokoh politik, dimana keahlian itu sangat diperlukan pada masanya.

Teknik penyampaian pesan kampanye yang dilakukan Ridwan Kamil adalah memberikan kesan bahwa kekuatan personal Ridwan Kamil karena keahlian khusus yang tidak dimiliki Cagub lain semakin layak diperhitungkan manakala inovasi-inovasinya terbukti efektif diterapkan pada masa kepemimpinannya sebagai Walikota Bandung.

<sup>73</sup> Sumber: Debat Kedua Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2018, diselenggarakan pada

Pengakuan KPK atas inovasi berbasis teknologi pada pemerintahan Kota Bandung guna mencegah korupsi di dalam tubuh Pemerintah Kota Bandung yang dinilai berhasil, semakin membuat kharisma Ridwan Kamil begitu besar. Dan ini menjadi “senjata” promosi diri yang efektif dalam mencalonkan diri sebagai Gubernur Jabar. Intinya adalah bahwa Cagub-cagub lain masih berwacana dan berteori, Ridwan Kamil sudah membuktikan. Inilah yang membuat Ridwan Kamil begitu sulit dikalahkan dalam Pilgub Jabar 2018.

Sebagaimana sempat disinggung sebelumnya, Cagub lain justru lebih mengedepankan sistem kampanye model *character assassination* alih-alih terkesan sebagai kritik yang simpatik kepada Ridwan Kamil. Komentar-komentar yang disampaikan kepada program-program Ridwan Kamil bahkan sempat dikatakan hanya sekedar teori oleh Dedy Mizwar. Syaikhu juga sempat mencoba menyoroti sisi lemah dari Ridwan Kamil dalam aspek penanggulangan bencana alam semasa Ridwan Kamil menjadi Walikota Bandung. Sayangnya, Syaikhu justru terkesan tidak memahami masalah struktur pemerintahan daerah, khususnya di Kota Bandung, sehingga setidak-tidaknya ini diasumsikan membuat kredibilitas pengetahuan Syaikhu di mata sebagian calon pemilih menjadi terlemahkan.

Kelemahan Cagub pesaing Ridwan Kamil lainnya dalam forum Debat Cagub Jabar 2018 adalah mereka tidak memanfaatkan kesempatan untuk memperdalam aspek penguasaan mereka atas isu-isu yang sedang mengemuka di masyarakat. Contohnya, dalam hal isu “serbuan” tenaga kerja asing yang dikatakan akan menyingkirkan tenaga kerja lokal dari bursa ketenagakerjaan di Indonesia. Seharusnya isu-isu yang menggelisahkan masyarakat semacam ini yang harus digali lebih dalam dengan bentuk menampilkan solusi-solusi nyata untuk menghadapinya. Contoh lainnya yang menunjukkan bahwa Ridwan Kamil sangat mengandalkan kekuatan pengetahuan teknologinya adalah dengan menyampaikan tawaran program yang disebut sebagai Teknologi Pertanian Infus atau Lahan Tetes, yang digambarkan bisa membuat lahan kering, bahkan padang pasir pun bisa ditanami tanaman seperti melon, tomat, dan lain-lain. Teknologi ini dikatakan Ridwan Kamil mengadopsi teknologi yang dilakukan di Cina dan Timur Tengah yang terbukti berhasil. Selain itu, Ridwan Kamil juga mengandalkan tawaran program *Digital/E-Commerce* bagi perdagangan petani, yang mana ini akan menghindarkan para petani dari jeratan para tengkulak.<sup>74</sup> Ini adalah strategi

kampanye untuk menonjolkan kemampuan diri menciptakan suatu solusi konkret bagi permasalahan krusial yang sedang dihadapi masyarakat. Strategi ini seharusnya dilakukan ketika menghadapi lawan politik yang terlebih dahulu mengikuti tren dalam dinamika sosial politik di masyarakat. Dalam hal ini, Ridwan Kamil lebih dahulu mengikuti tren sebagai pemimpin yang milenial dan tidak “gagap teknologi”, bahkan menguasai teknologi dengan mumpuni untuk diterapkan dalam pemerintahan daerah. Fakta ini sangat sulit untuk ditandingi oleh Cagub lain.

Dalam forum Pilgub Jabar 2018, Ridwan Kamil juga tampaknya mengandalkan upaya untuk meyakinkan bahwa prestasi-prestasi Ridwan Kamil semasa menjadi Walikota Bandung dan sederetan daftar prestasi Ridwan Kamil pada masa sebelum Ridwan Kamil menjadi Walikota Bandung adalah alasan logis yang dapat dijadikan pertimbangan masyarakat untuk memilih Ridwan Kamil sebagai Gubernur Jabar 2018. Ridwan Kamil mengandalkan penyampaian pesan kampanyenya dengan berbasis pada *image positioning*. Ini dilakukan Ridwan Kamil dengan memberikan stimulus-stimulus informasi penguat kepada pemirsa atau masyarakat bahwa prestasi-prestasi dalam kinerja Ridwan Kamil sebagai Walikota Bandung setidak-tidaknya menunjukkan bahwa Ridwan Kamil memiliki kemampuan yang memadai dalam memimpin pemerintahan daerah, dan ini layak diuji pada tingkat yang lebih luas, yaitu pada tingkat provinsi.

Dalam forum Debat Pilgub Jabar 2018, setidak-tidaknya dapat dilihat bahwa Ridwan Kamil memposisikan dirinya atau mencoba mengesankan pemirsa bahwa Ridwan Kamil adalah Cagub Jabar yang berkapasitas memiliki kepemimpinan pada skala nasional, tidak hanya skala provinsi. Ini adalah daya tawar yang besar kemungkinan menambah tingkat ketertarikan calon pemilih pada Ridwan Kamil. Ini adalah semacam teknik kampanye *shock therapy* dalam arti positif, dimana calon pemilih dibuat “shock” dalam arti terkesima atau terkagum-kagum dengan tawaran program-program Ridwan Kamil yang dapat dimanfaatkan secara nasional. Hal inilah yang belum tereksplorasi oleh Cagub lainnya, sehingga *positioning* mereka tidak setajam Ridwan Kamil.

Ridwan Kamil memiliki konsep teknologi yang ideal (dalam bentuk ide-ide yang kreatif dan inovatif) sebagai tawaran kampanye politiknya, dan sekaligus juga memiliki teknologi-teknologi inovatif yang telah Ridwan Kamil praktekkan, dimana program-program itu telah terbukti berhasil. Ridwan Kamil mencoba tampil sebagai calon pemimpin yang berhasil menyeimbangkan antara *Das Sollen* dengan *Das Sein*. Dapat kita ambil contoh misalnya *Das Sollen*

<sup>74</sup> Debat Kedua Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2018, diselenggarakan pada 14 Mei 2018, di Kampus Universitas Indonesia (UI) Depok, ditayangkan oleh CNN Indonesia TV.

nya adalah keterbukaan informasi publik, *Das Sein* yang diwujudkan Ridwan Kamil adalah sistem-sistem aplikasi *online* di Pemerintahan Kota Bandung yang selama ini dijalkannya.

#### 4. Kekurangan/Kelemahan Posisi Politik Ridwan Kamil dalam Pilgub Jabar 2018

Kekurangan atau kelemahan posisi Ridwan Kamil pada Pilgub Jabar 2018 adalah terkait kekurangan atau kelemahan beberapa aspek dalam *track record* kinerja pemerintahan pada saat Ridwan Kamil menjadi Walikota Bandung. Cagub-cagub lainnya seharusnya jeli dalam mengkritisi aspek-aspek yang secara relatif dapat dipandang masih lemah dalam kepemimpinan Ridwan Kamil ketika menjadi Walikota Bandung. Misalnya, adanya data dari hasil survey elektabilitas Cagub Jabar yang dilakukan Saiful Mujani *Research and Consulting* (SMRC) pada 22 Mei-1 Juni 2018, dimana inti hasil survey yang didapatkan adalah bahwa mayoritas responden menyatakan bahwa keberhasilan kepemimpinan Ridwan Kamil sebagai Walikota Bandung baru menonjol pada aspek pembangunan fisik saja. Sementara itu, aspek lain seperti permasalahan ekonomi, kemacetan, dan banjir belum maksimal tertangani. Hasil survey lain menunjukkan bahwa dari 349 program yang dijanjikan Ridwan Kamil di awal masa kepemimpinan Ridwan Kamil sebagai Walikota Bandung dipandang warga belum dirasakan manfaatnya.<sup>75</sup>

Melihat *track record* janji-janji pelaksanaan program-program pemerintahan yang belum berhasil direalisasikan Ridwan Kamil semasa menjadi Walikota Bandung tersebut setidaknya-tidaknya menunjukkan bahwa kelemahan Ridwan Kamil adalah memiliki potensi lebih menitikberatkan aspek pembangunan fisik dan sistem teknologi untuk memperbaiki mekanisme internal pemerintahan daerah, tanpa diimbangi dengan mengoptimalkan mewujudkan program-program yang bersifat ekonomi atau kesejahteraan masyarakat. Kelemahan Ridwan Kamil tersebut tidak tergal dalam forum Debat Publik karena para Cagub pesaing tidak memanfaatkan momentum itu untuk mengkritisi kebijakan Ridwan Kamil yang masih terlalu mengedepankan aspek pembangunan fisik dan menomor-duakan aspek-aspek ekonomi, kemacetan, dan banjir yang setidaknya-tidaknya dapat dikatakan sebagai hal-hal yang lebih krusial. Strategi kampanye dengan cara mengkritisi kebijakan lawan yang masih lemah merupakan strategi yang tepat bila mengacu pada konsep strategi politik Schroder.

Sebetulnya, dengan mengkritisi kelemahan Ridwan Kamil tersebut, Cagub-cagub lain dapat meningkatkan daya tawarnya di hadapan publik. Karena sebagaimana prinsip dalam strategi kampanye politik, ketika lawan atau pesaing politik memiliki program-program yang lebih unggul dibandingkan dirinya sendiri, maka strategi yang harus dilakukan adalah mengkritisi kelemahan-kelemahan yang masih ada pada lawan politik tersebut. Sayangnya, hal ini tidak dimanfaatkan secara optimal oleh pasangan Hasanuddin-Anton, Sudrajat-Syaikhu, dan Deddy Mizwar-Dedi Mulyadi.

#### KESIMPULAN

Kemenangan Ridwan Kamil dalam Pilgub Jabar 2018 ditentukan oleh 2 faktor besar. *Pertama* adalah faktor *image* atas prestasi-prestasinya ketika menjadi Walikota Bandung, terutama dalam hal berinovasi menggunakan teknologi *online* dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah. Prestasi ini semakin diperkuat performanya dengan pengakuan dari KPK atas keunggulan sistem *online* yang diciptakan dan diterapkan Ridwan Kamil, terutama dalam rangka mencegah korupsi dalam pemerintahan daerah, sehingga sistem ini dijadikan percontohan bagi seluruh pemerintahan daerah di Indonesia. Sederetan prestasi Ridwan Kamil dalam tata kota dan kepemimpinan, baik di tingkat nasional maupun internasional semakin memperkuat *image* Ridwan Kamil di mata masyarakat sebagai pemimpin yang memiliki karya nyata yang terbukti handal. Hal inilah yang sulit diimbangi oleh Cagub lain, mengingat yang ditawarkan oleh mereka baru berupa janji-janji politik.

Faktor yang *kedua* adalah metode kampanye politik yang diterapkan secara efisien dan efektif, dengan penggunaan strategi *positioning* dan pemetaan demografi pemilih secara tepat, yang diiringi dengan pembagian fokus tugas kampanye yang terarah dengan baik. Strategi kampanye politik yang menjadi penentu kemenangan Ridwan Kamil tersebut adalah *Pertama*, menggunakan kekuatan *public figure*, dalam konteks ini adalah artis; *Kedua*, mengakrabkan diri dengan kaum muda atau kaum milenial yang religius; *Ketiga*, mengandalkan ketepatan dan kecermatan dalam memetakan basis kekuatan politik; *Keempat*, melakukan pembagian tugas kampanye politik secara terfokus berdasarkan "medan pertarungan"; *Kelima*, melakukan pendekatan religius; *Keenam*, mengaktifkan diri dengan intensitas tinggi di media sosial dan tajam memetakan "demografi" pendukung di media sosial; *Ketujuh*, melakukan pembidikan secara tajam atas isu sosial-ekonomi yang sedang menggelisahkan

<sup>75</sup> "Survey Veritas Ridwan Kamil Berpolitik Gincu selama Jadi Walikota", <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-3857596/> : diakses 9 Juli 2018.

masyarakat dan memberikan solusinya; **Kedelapan**, mempromosikan banyaknya catatan prestasi dalam bidang-bidang terkait pembangunan dan kesejahteraan; dan **kesembilan**, bergerak cepat dalam mengklarifikasi *black campaign*.

Aspek *political positioning*, *political image*, dan *political segmentation* dapat kita lihat merupakan aspek-aspek kekuatan terbesar Ridwan Kamil yang setidaknya-tidaknya dapat dijadikan alasan kemenangan Ridwan Kamil dalam Pilgub Jabar 2018. *Political image* tampaknya menjadi kekuatan nomor satunya, karena hal itu telah terbangun semenjak masa kepemimpinan Ridwan Kamil sebagai Walikota Bandung. Ketika ketiga aspek tersebut dilakukan secara simultan oleh Ridwan Kamil bersama Uu Ruzhanul Ulum, maka kampanye politik yang dilakukan Cagub-cagub lain menjadi tampak lemah karena hanya sebatas mengandalkan janji-janji politik dan strategi *ofensif* (menyerang kelemahan lawan), khususnya dengan metode *character assassination*.

Faktor-faktor penentu kemenangan Ridwan Kamil tersebut diperkuat dengan kelemahan-kelemahan metode kampanye Cagub lainnya. Baik pasangan Hasanuddin-Anton, Sudrajat-Syaikhu, dan Deddy Mizwar-Dedi Mulyadi, sama-sama kurang melakukan pendekatan terhadap kaum muda secara kontinyu sejak lama. Mereka juga kalah bersaing dengan Ridwan Kamil dalam penggunaan/pemanfaatan media sosial, dan sebagian besar penyampaian pesan-pesan politiknya ditampilkan agak terlalu serius terutama bagi kalangan Pemilih muda/pemula. Hal yang pasti adalah ketiga pasangan ini kalah catatan prestasi dalam memimpin daerah dibandingkan dengan Ridwan Kamil.

Pasangan Hasanuddin-Anton dan Deddy Mizwar-Dedi Mulyadi terkesan kurang merepresentasikan kalangan religius (Islam), padahal sebagian Pemilih Muslim di Jabar adalah konservatif. Khusus pada figur Dedi Mulyadi, citra sebagai tokoh yang lebih mengagungkan budaya dibandingkan agama setidaknya-tidaknya menjadi potensi pengurangan potensi suara bagi pasangan Deddy Mizwar-Dedi Mulyadi, mengingat Jabar adalah salah satu wilayah yang jumlah Pemilih Muslim-nya paling besar di Indonesia.

Khusus Pasangan Sudrajat-Syaikhu, kelemahannya adalah terlalu berani melakukan manuver politik dalam momen debat politik berupa pembentangan spanduk "2019 Ganti Presiden" yang menimbulkan kericuhan di kalangan para pendukung yang hadir. Manuver ini sudah pasti semakin "menggemboskan" potensi suara untuk Pasangan ini, khususnya bagi simpatisan Presiden Joko Widodo.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Adman Nursal, *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004.
- Antar Venus, *Manajemen Kampanye; Panduan Teoritis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004.
- Anwar Arifin, *Komunikasi Politik: Paradigma-Teori-Aplikasi-Strategi Komunikasi Politik Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2003.
- Ardial, *Komunikasi Politik*, Jakarta: Indeks, 2010.
- Armstrong dan Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran; Edisi Kesembilan*, Jakarta: PT.Indeks Gramedia, 2003.
- Dan Nimmo, *Komunikasi Politik*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005.
- Eko Harry Susanto, *Komunikasi Manusia: Esensi dan Aplikasi dalam Dinamika Sosial Ekonomi Politik*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2014.
- Fadillah Putra, *Kebijakan Publik : Analisis terhadap Kongruensi Janji Politik dengan Realisasi Produk Kebijakan Publik di Indonesia 1999-2003*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Firmanzah, *Marketing Politik, Antara Pemahaman dan Realitas*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2008.
- Firmanzah, *Persaingan, Legitimasi Kekuasaan, dan Marketing Politik*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010.
- Gun Gun Heryanto, *Komunikasi Politik: Sebuah Pengantar*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2013.
- Hafied Cangara, *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009.
- James Carey, *A Cultural Approach to Communication, 13-36*, Boston: Unwin Hyman, 1989.
- Kacung Marijan, *Sistem Politik Indonesia: Konsolidasi Demokrasi Pasca-Orde Baru*, Jakarta: Prenada Media Group, 2010. Rochajat Harun dan Sumarno, *Komunikasi Politik sebagai Suatu Pengantar*, Bandung: Penerbit Mandar Maju, 2006.

- Kartini Kartono, *Pemimpin dan Kepemimpinan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003.
- Peter Schroder, *Strategi Politik; Edisi Revisi untuk Pemilu 2009*, Jakarta: Friedrich-Naumann-Stiftung fur de Freiheit, 2008.
- Roni Tabroni, *Komunikasi Politik pada Era Multimedia*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013.
- Rosady Ruslan, *Kampanye Public Relations*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Sidarta GM, *Strategi Pemenangan dalam Pemilihan Langsung*, Jakarta: Kalam Pustaka, 2008.
- Silih Agung Wasesa dan Macnamara, *Strategi Public Relations: Membangun Pencitraan Berbiaya Minimal dengan Hasil Maksimal*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- Sondang P. Siagian, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Bumi Aksara, 2007.
- Stephen Robbins dan Timothy Judge, *Perilaku Organisasi*, Jakarta: Salemba Empat, 2012.
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Penerbit CV Alfabeta, 2005.
- Tim Peneliti Fisip UMM, *Perilaku Partai Politik*, Malang: UPT Penerbitan UMM, 2006.
- Toni Andrianus Pito dkk, *Mengenal Teori-Teori Politik*, Bandung: Penerbit Nuansa, 2006.
- Karya Tulis Ilmiah**
- Adhi Iman Sulaiman, *Komunikasi Politik dalam Demokrasi*, Jurnal Studi Komunikasi dan Media Vol.11, Nomor 2, Tahun 2013.
- Syaefurachman al Banjari, *Branding in Politics pada Pemilu 2014*, Jurnal Visi Komunikasi Volume 13, No.02, November 2014: 250-264.
- Peraturan Perundang-undangan**
- UU Nomor 8 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 Tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, Dan Walikota Menjadi Undang-Undang.
- Internet**
- "KPU Tetapkan Ridwan Kamil-Uu Ruzhanul Ulum sebagai Pemenang Pilgub Jabar 2018", <http://www.pikiran-rakyat.com/jawa-barat/2018/07/08/kpu-tetapkan-ridwan-kamil-uu-ruzhanul-ulum-sebagai-pemenang-pilgub-jabar-2018> : diakses 15 Juli 2018.
- "Analisis Strategi Kampanye Politik Para Calon Kepala Kampung", <http://digilib.unila.ac.id/2202/12/BAB%20II.pdf> : diakses 18 Agustus 2018.
- "Serangan-serangan kepada Ridwan Kamil", <https://tirto.id/serangan-serangan-kepada-ridwan-kamil-coNv> : diakses 18 Agustus 2018.
- "Kampanye untuk Ridwan Kamil Begini Strategi Lucky Hakim", <https://pilkada.tempo.co/read/1091265/kampanye-untuk-ridwan-kamil-begini-strategi-lucky-hakim> : diakses 19 Agustus 2018.
- "Sentilan Ridwan Kamil untuk Menarik Pemilih Milenial: Efektifkah dan Pantaskah?", <http://www.bbc.com/indonesia/trensosial-43286975> : diakses 19 Agustus 2018.
- "Ridwan Kamil Ungkap Strategi Rahasia Gaet Suara Generasi Milenial", <https://news.detik.com/berita/d-3884324/ridwan-kamil-ungkap-strategi-rahasia-gaet-suara-generasi-millennial> : diakses 18 Agustus 2018.
- "Saan Ungkap Strategi Pemenangan Ridwan Kamil-Uu", <https://nasional.inilah.com/read/detail/2435977/saan-ungkap-strategi-pemenangan-ridwan-kamil-uu> : diakses 18 Agustus 2018.
- "Begini Pembagian Tugas antara Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum saat Kampanye Pilgub Jabar", <http://jabar.tribunnews.com/2018/01/18/begini-pembagian-tugas-antara-ridwan-kamil-dan-uu-ruzhanul-ulum-saat-kampanye-pilgub-jabar> : diakses 19 Agustus 2018.
- "Kampanye Pertama Ridwan Kamil Umbar Janji di Pesantren", <https://www.cnnindonesia.com/pilkadaserentak/nasional/20180215103631-32-276373/kampanye-pertama-ridwan-kamil-umbar-janji-di-pesantren?> : diakses 15 Juli 2018.
- "Ridwan Kamil dan Strategi Media Sosialnya: Kenapa Selalu Soal Jomlo?", <https://www.bbc.com/indonesia/trensosial-42319886> : diakses 15 Juli 2018.
- "Hadapi Serbuat TKA: Ini Strategi Ridwan Kamil bila Menang di Pilgub Jabar", <https://www.liputan6.com/pilkada/read/3504721/hadapi-serbuan-tka-ini-strategi-ridwan-kamil-bila-menang-di-pilgub-jabar> : diakses 14 Juli 2018.
- "Prestasi Ridwan Kamil", <https://jabarjuara.id/prestasi-ridwan-kamil/> : diakses 13 Juli 2018.

- “Pilkada Jawa Barat Giliran Ridwan Kamil diserang Isu Agama”, <https://nasional.tempo.co/read/868910/pilkada-jawa-barat-giliran-ridwan-kamil-diserang-isu-agama> : diakses 17 Juli 2018.
- “KPU Mulai Didik Pemilih Pemula”, <http://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/2018/01/29/kpu-mulai-didik-pemilih-pemula-418475> : diakses 19 Agustus 2018.
- “Peta Kekuatan Empat Pasang Calon di Pilgub Jabar”, <https://www.merdeka.com/politik/peta-kekuatan-empat-pasang-calon-di-pilgub-jabar-2018.html> : diakses 15 Juli 2018.
- “SMRC Elektabilitas Cagub Jabar Ridwan Kamil Ungguli Calon Lain”, <https://news.detik.com/berita/d-4078354/smrc-elektabilitas-cagub-jabar-ridwan-kamil-ungguli-calon-lain> : diakses 15 Juli 2018.
- “Survei Veritas Ridwan Kamil Berpolitik Gincu selama Jadi Walikota”, <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-3857596/survei-veritas-ridwan-kamil-berpolitik-gincu-selama-jadi-wali-kota>: diakses 9 Juli 2018.
- “Dituding Syirik, Ini Jawaban Bupati Purwakarta Dedi Mulyadi”, <https://www.merdeka.com/peristiwa/> : diakses 16 Agustus 2018.
- “Ini Visi-Misi yang dipaparkan Cagub dan Cawagub Jabar”, <http://ayobandung.com/read/2018/03/12/29998/ini-visi-misi-yang-dipaparkan-cagub-dan-cawagub-jabar> : diakses 8 Juli 2018.
- “Profil 4 Calon Gubernur Jawa Barat”, <https://news.detik.com/berita/3807795/profil-4-calon-gubernur-jawa-barat> : diakses 12 Juli 2018.
- “Melihat Fenomena Tahu Bulat Digoreng Dadakan 500”, <https://news.detik.com/berita/3218448/melihat-fenomena-tahu-bulat-digoreng-dadakan-500> : diakses 16 Juli 2018.

