



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK TIM KOALISI BERMARWAH DALAM MEMENANGKAN ABDUL WAHID- SF HARIYANTO DI PEMILIHAN KEPALA DAERAH TAHUN 2024 PROVINSI RIAU



Oleh:

AL ANSARI
(12140314141)

UIN SUSKA RIAU

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
2025



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة والاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampahan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini
menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Al Ansari
NIM : 12140314141
Judul : Strategi Komunikasi Politik Tim Koalisi Bermarwah Dalam
Memenangkan Abdul Wahid-SF Hariyanto di Pemilihan Kepala
Daerah Tahun 2024 Provinsi Riau

Telah dimunaqasyahkan Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan
Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 18 Juni 2025

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar
S.I.Kom pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah
dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.



Ketua/ Penguji I,

Dr. Kodarni, S.ST, M.Pd, QIQA
NIP. 19750927 2023211 005

Penguji III,

Dr. Atjih Sukaesih, M.Si
NIP. 19691118 199603 2 001

Sekretaris/ Penguji II,

Edison, S.Sos, M.I.Kom
NIP. 19780416 202321 1 009

Penguji IV,

Rafdeadi, S.Sos.I, M.A
NIP. 19821225 201101 1 011

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK TIM KOALISI BERMARWAH DALAM MEMENANGKAN ABDUL WAHID-SF HARIYANTO DI PEMILIHAN KEPALA DAERAH TAHUN 2024 PROVINSI RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Disusun oleh :



Al Ansari
NIM. 12140314141

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal : 11 Juni 2025

Mengetahui,
Pembimbing,

Dr. Sudianto, S.Sos, M.I.Kom
NIP. 19801230 200604 1 001

Mengetahui
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Muhammad Badri, M.Si
NIP. 19810313 201101 1 004

UIN SUSKA RIAU



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة والاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

: Al Ansari
: 12140314141
: Tembilahan, 24 Juni 2001
: Ilmu Komunikasi
: Strategi Komunikasi Politik Tim Koalisi Bermarwah Dalam
Memenangkan Abdul Wahid SF Haryanto di Pemilihan Kepala
Daerah Tahun 2024 Provinsi Riau

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulis skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, penulisan dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas pada *bodynote* dan daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila kemungkinan hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan skripsi ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta Undang-Undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun

Pekanbaru, 16 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



Al Ansari

NIM. 12140314141

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

: Al Ansari
: Ilmu Komunikasi
: Strategi Komunikasi Politik Tim Koalisi Bermarwah Dalam Memenangkan Abdul Wahid-SF Hariyanto di Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2024 Provinsi Riau

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi politik yang digunakan oleh Tim Koalisi Bermarwah dalam memenangkan pasangan calon Abdul Wahid-SF Hariyanto di Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2024 Provinsi Riau. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan berdasarkan Model Interaktif Miles & Huberman, yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tim Koalisi Bermarwah menerapkan strategi komunikasi yang adaptif berdasarkan elemen komunikasi politik menurut Brian McNair, yaitu komunikator politik yang aktif (baik dari tokoh utama maupun relawan), pesan politik yang bersifat lokal dan partisipatif, serta pemanfaatan media digital dan tatap muka yang disesuaikan dengan segmentasi audiens. Strategi ini mampu meningkatkan dukungan elektoral dan membentuk citra positif pasangan calon di masyarakat.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Komunikasi Politik, Koalisi Bermarwah, Pemilihan Kepala Daerah

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Al Ansari

Department : Communication Sciences

: Political Communication Strategy of the Bermarwah Coalition Team in Winning Abdul Wahid-SF Hariyanto in the 2024 Regional Head Election of Riau Province

This study aims to examine the political communication strategy used by the Bermarwah Coalition Team in supporting the victory of the candidate pair Abdul Wahid-SF Hariyanto in the 2024 Regional Head Election of Riau Province. The research adopts a descriptive qualitative approach, with data collected through in-depth interviews, observation, and documentation. Data analysis was conducted using the interactive model of Miles & Huberman, which includes data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings indicate that the Bermarwah Coalition Team applied an adaptive communication strategy based on the elements of political communication proposed by Brian McNair, namely active political communicators (from both key figures and volunteers), localized and participatory political messages, and the use of digital and face-to-face media tailored to audience segmentation. This strategy effectively increased electoral support and built a positive public image for the candidate pair.

Keywords: Communication Strategy, Political Communication, Bermarwah Coalition, Regional Head Election



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alsalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah penulis ucapan puji syukur bagi Allah atas nikmat dan keberuntungan yang telah Allah berikan, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Politik Calon Gubernur Riau (Abdul Wahid-SF Hariyanto) Dalam Memenangkan Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2024 Di Provinsi Riau”. Sholawat dan salam tidak lupa penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, sebagai suri teladan bagi seluruh umat Islam. Sholawat beserta salam yang tak lupa pula kita curahkan kepada beliau dan para sahabatnya dan semoga kita termasuk orang-orang yang berhak mendapat tempat di surga. Aamiin.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Selama menyelesaikan penyusunan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka dari itu, dengan penuh rendah hati, saya ingin mengucapkan terimakasih yang sangat besar kepada keluarga tersayang, Ayahanda Harmonis, Ibunda Senang Hati, Abang Agustrianto Muslim, Abang Dedi Supriadi dan Kakak Janurlia Haryanti yang tidak berhenti memberikan dukungan serta doa kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan di jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Semoga perjuangan Ayah, Ibu serta Abang dan Kakak mendapatkan balasan oleh Allah Subhanahuwa Ta'ala. Serta penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

Ibu Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti MS, SE, M.Si., Ak.,CA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Ibu Prof. Dr. Hj. Helmianti, M.Ag selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak Prof. Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak Prof. Dr. Masduki, M.Ag selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak Firdaus El Hadi, S.Sos, M.Soc.Sc, Ph.D selaku Wakil Dekan II Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Dekan III.
- Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi.
- Bapak Artis, M.I.Kom selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi.
- Bapak Dr. Sudianto, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu serta pikiran dalam membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
- Bapak Assyari Abdullah, M.I.Kom selaku Dosen Penasehat Akademik (PA) yang telah menjadi penasehat akademik selama penulis dari semester awal hingga akhir.
- Seluruh Bapak/Ibu Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi yang baik hati dan telah memberikan ilmu pengetahuan yang luar biasa kepada penulis.
- Seluruh Civitas Akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
- Bapak H. Abdul Wahid, S. Pd.I., M. Si (Gubernur Riau Terpilih 2025-2030) merupakan informan utama dalam penulis mendapatkan data melalui wawancara dan sebagai subjek penelitian skripsi.
- Bapak Kaderismanto, SH merupakan Informan pendukung sebagai ketua tim pememnangan Pasangan Bermarwah yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
- Bapak Raja Ferza Fakhlevi, SH merupakan Informan pendukung sebagai tim pememnangan Pasangan Bermarwah yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
- Bapak Indra Santoes merupakan Informan pendukung sebagai tim pememnangan Pasangan Bermarwah yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
- Penulis berterima kasih kepada diri sendiri, Al Ansari yang sudah bertahan dan tidak menyerah dalam melewati kesulitan, kemudahan, rintangan dan tantangan di berbagai keadaan sehingga penulis dapat menyelesaikan proses penulisan skripsi ini.
- Teman-teman seperjuangan kelas Public Relations A yang senantiasa mewarnai hari-hari penulis baik belajar di dalam kelas maupun di luar kelas. Diskusi dan keseruan yang tidak akan terlupakan dan saling mendukung satu sama lain.
- Teman-teman seperjuangan dari semester I hingga saat ini Muhammad Fauzan, Saddam dzaki Al-Ibra, Nazif Al Fikri.
- Gusti Dwi Rahayu Mahasiswa Ilmu Komunikasi Kelas Broadcasting A yang senantiasa merangkul penulis disaat sedang kebingungan dan senantiasa mewarnai hari-hari penulis dengan canda dan tawa.



UIN SUSKA RIAU

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

. Teman-teman KKN 2024 yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang terus memberikan dukungan dan semangat yang tak henti-hentinya. Terima kasih atas dukungan dan doanya selama ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	.i
ABSTRACT	.ii
KATA PENGANTAR	.iii
DAFTAR ISI	.vi
DAFTAR GAMBAR	.viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Penegasan Istilah	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Peneliti Terdahulu	7
2.2 Tinjauan Teoritis	12
2.3 Kerangka Berpikir	27
BAB III	28
METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Desain Penelitian	28
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	28
3.3 Sumber Data Penelitian	29
3.4 Informan Penelitian	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data	30
3.6 Validitas Data	31
3.7 Teknik Analisis Data	31
BAB IV	33
GAMBARAN UMUM	33
4.1 Gambaran Umum Provinsi Riau	33



© Hak Cipta di UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.2	Profil Abdul Wahid-SF Hariyanto.....	34
4.3	Terbentuknya Pasangan Abdul Wahid-SF Hariyanto.....	36
4.4	Visi dan Misi dan Program Prioritas Abdul Wahid-SF Hariyanto.....	38
4.5	Posko Pemenangan sebagai Lokasi Penelitian.....	42
4.6	Dinamika Pilkada Riau 2024.....	43
4.7	Struktur Tim Kampanye.....	45
	BAB V	53
	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
5.1	Data Informan.....	53
5.2	Hasil Penelitian.....	54
5.3	Pembahasan	68
	BAB VI	80
	PENUTUP	80
6.1	Kesimpulan.....	80
6.2	Saran	81
	DAFTAR PUSTAKA	83

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 5. 1 Brosur Visi dan Misi serta Program Abdul Wahid-SF Hariyanto....	56
Gambar 5. 2 Acara Talk Show GE5A Wahid-SF.....	59
Gambar 5. 3 Rekap Kampanye Bermarwah Abdul Wahid di Lapangan	62
Gambar 5. 4 Kampanye Abdul Wahid-SF Hariyanto di Pulau Kijang.....	65
Gambar 5. 5 Hasil Survey Elektabilitas Pilkada Provinsi Riau.....	67
Gambar 5. 6 Brosur dukungan para tokoh Riau Abdul Wahid-SF Hariyanto	70
Gambar 5. 7 Acara Talk Show Wahid-SF	72
Gambar 5. 8 Rekap Kampanye Bermarwah Abdul Wahid di Lapangan	73
Gambar 5. 9 Kampanye Abdul Wahid-SF Hariyanto di Pulau Kijang.....	76
Gambar 5. 10 Hasil Survey Elektabilitas Pilkada Provinsi Riau.....	77



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 5. 1 Data Informan..... 53

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) merupakan salah satu bentuk praktik demokrasi elektoral di tingkat lokal yang menjadi ruang bagi aktor-aktor politik untuk membangun dukungan publik melalui komunikasi politik yang terstruktur. Pilkada Provinsi Riau tahun 2024 menjadi salah satu ajang kontestasi politik yang menarik perhatian publik, di mana berbagai pasangan calon mengusung strategi komunikasi untuk mempengaruhi persepsi, sikap, dan keputusan pemilih. Salah satu pasangan yang mencuri perhatian adalah Abdul Wahid dan SF Hariyanto, yang diusung oleh Tim Koalisi Bermarwah yang terdiri dari gabungan beberapa partai politik, tokoh masyarakat, dan elemen relawan. Kunjungan ke berbagai daerah, dialog terbuka, dan acara sosial menjadi sarana untuk mendengarkan aspirasi serta kebutuhan warga. Pendekatan ini menciptakan kedekatan emosional dan membangun kepercayaan, penggunaan media sosial menjadi alat yang sangat sesuai untuk menjangkau pemilih muda dan masyarakat yang lebih luas. Tim kampanye mereka memanfaatkan platform seperti Instagram, Facebook dan TikTok untuk menyebarkan pesan, berbagi visi, serta menanggapi isu-isu yang berkembang. Konten yang menarik dan interaktif membantu meningkatkan keterlibatan masyarakat. Kelayakan pertukaran politik sangat dipengaruhi oleh kemampuan kandidat untuk memahami kemampuan pemilih dan karakteristik psikologis, dan beradaptasi dengan pengembangan teknologi informasi (Andamisari, 2024). Komunikasi politik yang strategis dan tepat dapat menentukan keberhasilan seorang calon dalam memenangkan hati masyarakat. Sebagaimana dikemukakan oleh Brian McNair (2011), komunikasi politik adalah segala bentuk komunikasi yang memiliki tujuan dan dampak politik, yang dilakukan oleh aktor politik kepada publik melalui berbagai saluran komunikasi guna memperoleh dukungan (McNair, 2011:24).

Provinsi Riau sebagai salah satu wilayah strategis di Pulau Sumatera akan melaksanakan Pilkada serentak tahun 2024. Dalam dinamika politik daerah tersebut, pasangan Abdul Wahid dan SF Hariyanto mencuat sebagai calon yang potensial. Kehadiran mereka membawa nuansa baru dalam kontestasi politik Riau, mengingat latar belakang politik, pengalaman birokrasi, serta basis massa yang cukup signifikan. Oleh karena itu, strategi komunikasi politik yang digunakan menjadi krusial untuk dipahami sebagai bagian dari upaya memenangkan kompetisi politik yang semakin kompleks dan kompetitif. Dalam hal ini, penyusunan strategi komunikasi yang tepat tidak hanya bergantung pada penyampaian pesan, tetapi juga pemahaman mendalam terhadap karakteristik pemilih, isu-isu lokal, serta pemanfaatan media komunikasi secara tepat (Cangara, 2009).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

- 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Fenomena yang menarik dalam konteks Pemilihan Kepala Daerah ini adalah bagaimana Tim Koalisi Bermarwah tidak hanya menjalankan strategi komunikasi bersifat elitis dan *top-down*, tetapi juga mempraktikkan komunikasi yang bersifat partisipatif dan berbasis komunitas. Koalisi ini berhasil membangun narasi kolektif yang mengedepankan nilai-nilai lokal, budaya Melayu, dan pendekatan yang membumi, serta aktif melibatkan masyarakat dalam membentuk dan menyebarkan pesan politik. Hal ini terlihat dari kegiatan kampanye berbasis dialog, silaturahmi kampung, media sosial interaktif, hingga pelibatan tokoh agama dan pemuda lokal sebagai komunikator alternatif. Salah satu metode komunikasi politik yang menarik diterapkan untuk mendapatkan perhatian pemilih adalah dengan berbasis politik identitas, hal ini terjadi yang dilakukan pasangan calon Abdul Wahid-SF Haryanto setelah tergabungnya Ustadz Abdul Somad yang menjadi tim orator kampanye Abdul Wahid-SF Haryanto menimbulkan daya tarik dikalangan masyarakat. Seperti yang dikatakan oleh Sudianto, 2016 dalam bukunya berjudul Komunikasi Politik, jika rakyat dalam suatu negara adalah masyarakat yang berpegang teguh kepada akhlak dan etika beragama maka setiap pemimpin yang akan dipilih oleh mereka ialah seorang pemimpin yang memenuhi ciri-ciri orang beragama (Sudianto, 2016:17).

Dari fenomena diatas, semestinya tim koalisi bermarwah memiliki bentuk strategi komunikasi politik yang baik untuk memenangkan Calon Gubernur Riau (Abdul Wahid-SF Hariyanto) di pilkada dan hati masyarakat. Strategi komunikasi politik merupakan perencanaan yang sistematis dalam menyampaikan pesan politik untuk mempengaruhi opini publik dan membentuk citra tertentu di dalam kampanye dilakukan melalui berbagai cara dan strategi yang mempunyai tujuan untuk memberikan informasi kepada pemilih dan diharapkan pemilih terpengaruh atas informasi tersebut, kemudian melakukan tindakan sesuai yang diharapkan oleh pemberi informasi (Dhani, 2019). Strategi komunikasi politik yang dijalankan Abdul Wahid dan SF Hariyanto tidak terlepas dari segmentasi audiens, pemilihan media, serta narasi politik yang dibangun. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa strategi komunikasi yang berhasil ditentukan oleh seberapa jauh pesan kampanye dapat menyesuaikan dengan karakteristik setiap segmen audiens yang dituju (Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2016). Dalam pendekatan komunikasi yang digunakan oleh pasangan calon harus mencerminkan kejelasan pesan, kedekatan emosional dengan pemilih, serta responsif terhadap isu publik yang berkembang. Pemanfaatan media sosial, media massa, dan kampanye langsung menjadi salah satu indikator penting keberhasilan komunikasi politik dalam era digital saat ini (Effendy, 2004).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Di sisi lain, tinjauan literatur menunjukkan bahwa sebagian besar studi strategi komunikasi politik masih banyak berfokus pada tokoh atau kandidat sebagai pusat komunikasi, dengan pendekatan yang bersifat personalistik. Kajian yang meneliti secara spesifik peran dan dinamika tim kampanye atau koalisi sebagai komunikator politik kolektif dalam skala lokal masih sangat terbatas, terlebih dalam konteks daerah seperti Riau yang memiliki kekayaan budaya dan struktur sosial yang khas. Di sinilah letak gap penelitian ini—yakni belum banyak riset yang mengeksplorasi secara mendalam bagaimana tim koalisi politik di daerah membangun strategi komunikasi yang berbasis nilai lokal dan partisipasi publik. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada daerah lain, seperti DKI Jakarta atau Jawa Barat, yang memiliki karakteristik demografis dan politis yang berbeda (Purwaningtyas, 2022). Urgensi dari penelitian ini terletak pada kebutuhan akan pemahaman yang lebih dalam terhadap dinamika komunikasi politik lokal, terutama dalam menghadapi tantangan era informasi dan persebaran hoaks. Dengan mengetahui strategi komunikasi yang digunakan oleh tim koalisi bermarwah, baik dari sisi konten pesan, media yang digunakan, hingga respons masyarakat, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis. Secara akademik, penelitian ini memperkaya literatur komunikasi politik di tingkat daerah. Sementara secara praktis, hasilnya dapat menjadi acuan bagi kandidat politik, konsultan komunikasi, serta pemangku kepentingan lainnya dalam merumuskan strategi komunikasi politik yang sesuai dan adaptif terhadap dinamika sosial politik lokal. Penelitian ini memiliki kebaruan (*novelty*) karena memberikan kontribusi empiris terhadap studi komunikasi politik di tingkat lokal, khususnya di Provinsi Riau, yang masih minim dijadikan objek penelitian dalam konteks Pilkada. Selain itu, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini mengintegrasikan teori komunikasi politik Brian McNair dengan perkembangan penggunaan media digital dalam strategi kampanye, yang belum banyak dikaji secara mendalam dalam literatur sebelumnya. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkaya kawasan akademik dalam studi komunikasi politik, tetapi juga memberikan implikasi praktis bagi aktor politik dalam merancang strategi komunikasi yang lebih tepat dan adaptif terhadap perubahan sosial dan teknologi.

Pada kaca komunikasi politik, strategi merupakan suatu perencanaan terstruktur yang dirancang untuk mempengaruhi persepsi publik, membentuk opini, dan meraih dukungan politik secara benar. Strategi komunikasi politik menjadi instrumen vital dalam memenangkan pemilihan kepala daerah karena mencakup langkah-langkah sistematis yang disesuaikan dengan karakteristik pemilih, peta politik lokal, dan kekuatan kandidat. Menurut Nimmo (2001) menyebutkan bahwa strategi komunikasi politik merupakan usaha sistematis dan terencana yang bertujuan memengaruhi publik melalui pesan dan media yang tepat (Nimmo, 2001). Kemudian, Effendy (2004) menekankan bahwa strategi komunikasi politik tidak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

- 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hanya soal penyampaian pesan, tetapi juga bagaimana pesan tersebut dikemas, disampaikan, dan diterima oleh publik. Strategi ini mencakup pemilihan juru bicara, waktu kampanye, media yang digunakan, serta retorika yang digunakan oleh kandidat. Dalam konteks pemilihan kepala daerah, penerapan strategi komunikasi politik yang tepat menjadi kunci dalam meningkatkan elektabilitas dan membangun kepercayaan publik terhadap calon kepala daerah. Menurut Bernays strategi komunikasi yang terencana untuk membangun citra positif termasuk penggunaan media, acara publik, dan teknik komunikasi lainnya (Bernays, 1955). Sedangkan menurut McNair mengatakan proses komunikasi yang digunakan oleh aktor politik (dalam hal ini calon gubernur dan tim kampanye) untuk memengaruhi persepsi publik dan membentuk opini politik melalui pesan-pesan yang disampaikan melalui saluran komunikasi seperti media massa, media sosial, dan interaksi langsung dengan pemilih.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi politik yang digunakan oleh tim bermarwah untuk memenangkan pasangan calon Gubernur Riau Abdul Wahid dan SF Hariyanto dalam upaya mereka untuk memenangkan Pilkada 2024. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus untuk mengkaji strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh Tim Koalisi Bermarwah dalam memenangkan pasangan Abdul Wahid-SF Hariyanto di Pilkada Riau 2024. Dengan melihat bagaimana tim ini merancang pesan, menentukan target audiens, memilih saluran komunikasi, hingga merespons dinamika elektoral di lapangan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam pengembangan studi komunikasi politik lokal dan partisipatif. Dalam konteks demokrasi lokal, strategi komunikasi yang dijalankan oleh pasangan calon tidak hanya mencerminkan pendekatan politik mereka, tetapi juga menjadi indikator bagaimana mereka membangun kedekatan dengan masyarakat pemilih melalui media, simbol, serta narasi politik yang disesuaikan dengan karakteristik sosial dan budaya daerah. Sejalan dengan pandangan McNair (2011), komunikasi politik memiliki fungsi strategis baik di tingkat nasional maupun lokal, khususnya dalam membangun legitimasi dan memperoleh dukungan elektoral. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik terhadap kajian komunikasi politik kontemporer, serta kontribusi praktis bagi tim kampanye, akademisi, dan masyarakat dalam memahami dinamika komunikasi politik dalam kontestasi pemilu daerah yang demokratis dan kompetitif.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi politik, khususnya dalam konteks pemilihan kepala daerah di Indonesia. Peneliti melakukan penelitian ini diposko pemenangan Abdul Wahid-SF Hariyanto Jln. Wonorejo, Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru. Dengan melibatkan langsung Calon Gubernur Riau dan Struktur Tim Kampanye serta masyarakat yang memilih Abdul Wahid-SF Hariyanto.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penegasan Istilah

Peneliti merasa sangat diperlukannya penegasan istilah di dalam penelitian ini, agar menghindari kesalahan pahaman oleh pembaca.

1.1 Strategi

Dalam konteks komunikasi politik, istilah strategi merujuk pada serangkaian perencanaan terpadu dan sistematis yang digunakan oleh aktor politik untuk mencapai tujuan tertentu, dalam hal ini meraih kemenangan dalam pemilihan kepala daerah (Pilkada). Strategi komunikasi politik tidak hanya mencakup penyusunan pesan dan pemilihan media, tetapi juga mencakup analisis segmentasi pemilih, pengelolaan citra, dan pemanfaatan momentum politik. Menurut Effendy (2004), strategi komunikasi merupakan pola umum kegiatan komunikasi yang diancang untuk mencapai sasaran tertentu dengan jelas (Effendy, 2004). Dalam lingkup Pilkada, strategi ini menjadi sangat penting karena setiap pasangan calon harus mampu menyusun langkah komunikasi yang mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat dengan pendekatan yang relevan secara sosial, budaya, dan politis. Hal ini sejalan dengan pendapat Cangara (2014) yang menegaskan bahwa komunikasi politik dalam pemilu bertujuan untuk membentuk opini publik, memengaruhi persepsi pemilih, dan akhirnya menghasilkan tindakan politik yang diinginkan. Oleh karena itu, strategi dalam komunikasi politik pada Pilkada menjadi kunci utama dalam mengomunikasikan visi, misi, dan program kerja pasangan calon kepada konstituen secara terstruktur, terarah, dan meyakinkan (Cangara, 2014).

1.2 Pemilihan Kepala Daerah

Pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah adalah untuk memilih kepala daerah dan wakil kepala daerah secara langsung oleh penduduk daerah setempat yang memenuhi syarat. Kepala daerah dan wakil kepala daerah adalah gubernur dan wakil gubernur untuk provinsi, bupati dan wakil bupati untuk Kabupaten, walikota dan wakil walikota untuk kota, sebelumnya pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah dipilih oleh dewan perwakilan rakyat daerah atau DPRD. Proses pemilihan ini memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk secara langsung menentukan pemimpin yang akan mengelola dan memimpin daerah mereka, sehingga mencerminkan prinsip-prinsip demokrasi dan partisipasi publik. Sebelum diterapkannya sistem pemilihan langsung, kepala daerah dan wakil kepala daerah dipilih oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD), yang berarti keputusan mengenai pemimpin daerah ditentukan oleh sejumlah wakil rakyat, bukan oleh suara langsung dari masyarakat. Perubahan ini bertujuan untuk meningkatkan akuntabilitas dan responsivitas kepala daerah terhadap kebutuhan dan aspirasi masyarakat, serta memberikan legitimasi yang lebih kuat bagi pemimpin yang terpilih.(Amrizal, Dedi, 2018).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Rumusan Masalah

Bagaimana Strategi Komunikasi Politik Tim Koalisi Bermarwah Dalam Memenangkan Abdul Wahid-SF Hariyanto di Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2024 Provinsi Riau?

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi politik tim koalisi bermarwah dalam memenangkan (Abdul Wahid-SF Hariyanto) dalam pemilihan kepala daerah tahun 2024 provinsi riau.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian bertujuan untuk mengetahui lebih dalam bagaimana strategi komunikasi yang tepat sehingga menjadi acuan untuk penelitian.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Adapun manfaat secara teoritis, yaitu:

1. Dengan memanfaatkan teori strategi komunikasi, calon gubernur dan tim koalisi dapat merancang pesan yang jelas dan terarah, sehingga dapat mempengaruhi opini masyarakat dan mendapatkan dukungan yang lebih luas.
2. Memberikan kontribusi pada pengembangan teori komunikasi politik dengan menambah pemahaman tentang bagaimana strategi komunikasi diterapkan dalam konteks pemilihan kepala daerah di Indonesia.
3. Mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi keberhasilan strategi komunikasi politik, yang dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut dalam konteks yang berbeda atau situasi politik yang lain.

1.5.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat penelitian secara praktis, yaitu:

Hasil penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan strategi komunikasi politik dan dapat sebagai bahan bacaan bagi masyarakat dan peneliti selanjutnya.

Strategi komunikasi yang jelas dan konsisten membantu menyampaikan pesan kampanye yang tepat, sehingga pemilih dapat memahami visi dan misi calon gubernur dengan baik.

Dengan strategi komunikasi yang adaptif, calon gubernur dapat dengan cepat merespons isu-isu yang relevan dan menjadi perhatian publik, menunjukkan bahwa mereka peka terhadap kebutuhan masyarakat.

Membangun narasi positif seputar calon gubernur dan visi mereka dapat menciptakan citra yang kuat dan menarik bagi pemilih, memperkuat posisi mereka dalam kompetisi politik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Peneliti Terdahulu

Untuk mendukung permasalahan yang diteliti, peneliti mencari berbagai literatur yang relevan dan menjadi objek penelitian. berkaitan dengan topik yang dibahas, ditemukan beberapa penelitian yang sesuai, yaitu:

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yohanes De Britto Bimo Triwicaksono dan Adi Nugroho tentang **“Strategi Komunikasi Politik Pemenangan Kepala Daerah”** penelitian ini membahas bahwa strategi komunikasi politik pasangan calon kepala daerah dilakukan dengan mempertimbangkan karakteristik dari komponen komunikasi yakni komunikator, isi pesan, media, komunikasi dan umpan balik. Kemudian melalui pertimbangan komunikasi tersebut. Strategi komunikasi memberi kemenangan pasangan calon kepala daerah dalam pemilihan kepala daerah Semarang tahun 2020 (Triwicaksono & Nugroho, 2021). Persamaan penelitian adalah membahas terkait strategi calon kepala daerah yang dilakukan memiliki tujuan komunikasi untuk disampaikan kepada masyarakat diharapkan mendapatkan umpan balik yang baik.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hadrizal, Hamdan dan M. Salleh tentang **“Bentuk Strategi Komunikasi Politik Pemilihan Gubernur Riau : Kasus Kemenangan Syamsuar Dan Edy Nasution Tahun 2018”** penelitian ini membahas bahwa bentuk-bentuk strategi komunikasi kemenangan yang digunakan Syamsuar dan Edy Nasution serta tim sukses dalam Pilkada Gubernur Riau. Bentuk-bentuk strategi komunikasi yang mempengaruhi kemenangan yaitu partai politik sebagai persyaratan pencalonan dan dukungan partai sesuai waktu, situasi dan momentum politik yang berlaku pada saat itu. Keuangan yang cukup, baik untuk mendapat dukungan partai sebagai syarat pencalonan dan pembiayaan kampanye di 12 kabupaten/kota. Hubungan social yaitu membangun simpul-simpul relawan setiap daerah menggunakan komunikasi interpersonal, tatap muka secara langsung dan dialogis dengan organisasi masyarakat dan tokoh-tokoh berpengaruh. Komunikasi simbolik dengan mengetengahkan semua prestise individu yang dimiliki pasangan calon, seperti jabatan sebagai bupati dua periode dan seorang Brigadir Jendral TNI yang menduduki jabatan Danrem 032/Wirabima Pekanbaru. Komunikasi budaya Melayu yang identik dengan Islam digunakan sebagai pendekatan politik. Strategi komunikasi Rekam jejak sebagai Bupati Siak yang dianggap berhasil dalam pembangun infrastruktur, pelayanan public dan peningkatan ekonomi masyarakat. Strategi komunikasi pemasaran politik, pasangan calon dan tim sukses berhasil memetakan segementasi di kawasan pesisir dan daratan yang menjadi sasaran kemenangan, positioning dibangun dengan citra sebagai tokoh

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

- 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

seherhana, bersahaja dan religius, ini mendapat respon secara positif. Bentuk-bentuk strategi komunikasi ini memiliki efek kemenangan karena digunakan secara menarik, mudah dipahami, sesuai waktu, situasi dan momentum politik. Materi socialisasi di sisi lain, berdampak positif pada perubahan perilaku pemilih dalam menentukan pilihan (Hadrizall & Hamdan M. Salleh, 2022). Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui pengumpulan data dengan wawancara. Juga hasil penelitian diharapkan menjadi pedoman untuk peneliti lakukan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Agustinus Teti tentang “**Strategi Komunikasi Politik Pasangan Calon Bupati Dan wakil Bupati Paket Sn-Kt Dalam Memenangkan Pemilihan Kepala Daerah Serentak 2020 Di Kabupaten Malaka**” penelitian ini membahas bahwa kemenangan pasangan calon ini dalam memenangkan pemilihan kepala daerah di kabupaten Malaka tidak terlepas dari strategi yang mereka gunakan melalui visi misi program kerja yang ditawarkan dan memanfaatkan isu-isu politik pada kinerja pemimpin kali lalu sebagai pembentukan citra politik di masyarakat guna mempengaruhi masyarakat pemilih, serta komunikasi politik yang mereka bangun di masyarakat baik melalui komunikasi secara langsung maupun komunikasi tidak langsung seperti pemanfaatan media online, media cetak, tokoh adat, kaum perempuan, tokoh pemudah dan melalui pertemuan tatap muka secara langsung dengan masyarakat, strategi komunikasi yang baik dan pemanfaatan isu-isu politik yang tepat serta visi misi program kerja yang yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat akan menimbulkan efek baik (TETI, 2023). Persamaan dengan penelitian adalah strategi komunikasi politik yang digunakan dapat menarik hati pemilih dalam membangun citra politik baik melalui komunikasi langsung maupun secara online di media sosial.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hafid, Siti Raudhatul Jannah dan Manan Jauhari tentang “**Strategi Komunikasi Politik “Nyantri” Prabowo Subianto dalam Memenangkan Pilpres 2024**” penelitian ini membahas bahwa untuk memahami strategi komunikasi politik Prabowo Subianto sebagai calon presiden untuk mendapatkan dukungan para santri dan kiai pesantren sebagai salah satu lumbung suara nasional. Penelitian ini menggunakan analisis framing Robert M. Entman dengan pendekatan pustaka yaitu media online sebagai objek penelitian yang dilaksanakan dalam kurun waktu sebelum masa kampanye hingga masa kampanye selesai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik Prabowo dalam meraih dukungan kiai dan santri pondok pesantren adalah menggunakan tiga pola pencitraan. Pertama, Pure Publicity yaitu Prabowo mempopulerkan diri dengan sowan ke beberapa kiai pendukung pasangan Prabowo Subianto. Kedua, Free Ride Publicity yaitu Prabowo berkunjung ke pondok pesantren dan dinobatkan sebagai sahabat Santri Indonesia oleh para santri dan kiai. Ketiga, Paid Publicity yaitu Prabowo mengundang media untuk meliput dan menyikarkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

acara deklarasi pasangan Prabowo Gibran sekaligus kampanye dana abadi pesantren (Hafid et al., 2024). Penelitian ini memiliki persamaan terhadap mencari tahu strategi komunikasi politik objek dalam mendapatkan dukungan dari media digital.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ainol Mardhiah, Cindenia Pispasari, Anismar dan Mulyadi tentang **“Strategi Komunikasi Politik Partai dalam Citra Politik Politisi Perempuan”** Penelitian ini berlandaskan pada fenomena di Aceh dimana keterlibatan perempuan dalam ranah politik masih rendah dan berbagai stigma yang melekat pada perempuan yang hadir dalam ranah politik Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi politik partai politik dalam menjalankan pencitraan politik perempuan di partai. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif deskriptif . Informan dalam penelitian ini adalah Ketua DPC Partai Demokrat, Partai PPP, Partai PKB, Ketua DPD PDI-P, dan politisi perempuan dari partai-partai tersebut. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan model interaktif yaitu melalui (1) reduksi data (2) penyajian data, (3) simpulan/verifikasi. Hasil penelitian menyatakan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan partai politik dalam menjalankan pencitraan politik perempuan di partai politiknya memberikan pemahaman tentang pentingnya perempuan hadir di ranah politik dalam pertemuan yang persuasif dengan masyarakat, melakukan kegiatan sosial di masyarakat sebagai upaya pencitraan politik bagi perempuan, memanfaatkan media tradisional dan modern dalam memberikan informasi terkait kegiatan dan program yang melibatkan politik perempuan (Mardhiah et al., 2022). Penelitian ini memiliki kesamaan pada pendekatan metodologi penelitian yang dilakukan. Tetapi juga terdapat perbedaan yaitu pada objek penelitian,

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Khairunnisa dan Catur Nugroho tentang **“Strategi Komunikasi Politik Badan Pengawas Pemilihan Umum Kabupaten Karimun pada Pemilu Legislatif dan Presiden Tahun 2024”** Penelitian ini membahas bahwa pemilu merupakan salah satu proses demokrasi terpenting di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam komunikasi politik yang dilakukan oleh Bawaslu Kabupaten Karimun pada tahun 2024 yang dilaksanakan oleh Bawaslu Kabupaten Karimun dalam pemilihan umum legislatif & presiden tahun 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dan pengumpulan data dengan cara pengumpulan data dengan wawancara dan dokumen. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif melalui studi kepustakaan. Penelitian ini mengidentifikasi permasalahan untuk memastikan pemilu berlangsung adil, transparan, dan bebas dari berbagai bentuk manipulasi atau pelanggaran. Analisis tersebut meliputi analisis komunikasi dan situasi, yaitu kerja sama dengan media

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk melawan berita bohong, menyediakan informasi yang akurat, dan mengawasi pemilu secara transparan. Pelaksanaan dan pemantauan strategi komunikasi sangat penting untuk menjaga integritas dan transparansi dalam pemilihan umum. Evaluasi dan perencanaan ulang strategi komunikasi merupakan langkah penting untuk menilai kinerja dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan (Khairunnisa & Nizroho, 2024). Persamaan pada penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif dan Teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi. Perbedaan penelitian ini adalah terletak objek penelitian yang dilakukan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Michelle Anastasya Supriyadi dan Nurdin tentang “**Strategi Komunikasi Politik Membangun Citra Partai Menjelang Pemilu Legislatif 2024 (Studi Kasus DPD Partai Golkar DKI Jakarta)**” yang membahas bahwa penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi politik DPD Golkar DKI Jakarta dalam membangun kembali citra positif partai menjelang pemilihan legislatif 2024. Metode penelitian yang digunakan adalah DPD Golkar DKI Jakarta dalam membangun kembali citra positif partai menjelang pemilihan legislatif 2024. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif . Sekretaris DPD Golkar DKI Jakarta, Ketua DPRD DKI Jakarta, Fraksi Golkar, Wakil Ketua Bidang Organisasi dan Keanggotaan DPD Golkar, Akademisi dan Tokoh Masyarakat. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan sekunder dengan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sementara itu, teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kembali strategi komunikasi politik dengan pendekatan pemasaran politik yang dilakukan DPD Golkar DKI Jakarta berhasil membangun kembali citra politik yang sempat terpuruk sejak kasus korupsi yang melibatkan kru DPD tersebut. Implikasi dari keberhasilan citra politik tersebut adalah peningkatan perolehan suara dan kursi pada hasil Pemilihan Legislatif 2024 (Anastasya Supriyadi & Nurdin, 2024). Persamaan pada penelitian ini adalah terletak pada judul, yaitu strategi komunikasi politik dalam membangun citra. Perbedaan penelitian ini yaitu pada objek penelitiannya adalah partai politik berdasarkan studi kasus.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Haza Karimalla dan Sri Dwi Fajarini tentang “**Strategi Komunikasi Pemasaran Politik Partai Solidaritas Indonesia Dalam Membangun Citra Partai Politik Pada Segmentasi Generasi Milenial Di Propinsi Bengkulu**” penelitian ini membahas bahwa dalam melakukan komunikasi pemasaran politik membangun citra partai pada segmentasi generasi milenial di Provinsi Bengkulu, PSI memasarkan produk partai melalui berbagai upaya, baik itu melalui media sosial serta kampanye (Karimalla & Fajarini, 2022). Persamaan pada penelitian adalah memiliki untuk membangun citra yang baik dimata publik melalui media sosial.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mansyur Situmorang, Irene Siviani dan Emmelia A Ginting tentang “**Strategi Komunikasi Partai Politik DPP Sumut Dalam Membangun Kepercayaan Pemilih Pada Pemilihan Umum Legislatif Tahun 2024**” penelitian ini membahas bahwa untuk mengetahui strategi komunikasi politik partai dan faktor keberhasilan komunikasi politik partai di DPD PKB-PDI-P Sumatera Utara dalam membangun kepercayaan pemilih pada pemilihan umum legislatif tahun 2024. Pemilihan informan menggunakan purposive sampling dimana pengambilan sampel sumber data didasarkan pada pertimbangan tertentu (Mansyur Situmorang et al., 2024). Persamaan pada penelitian ini adalah memiliki tujuan yang sama dengan peneliti untuk mencari tahu strategi komunikasi politik di objek yang akan diteliti.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Silvanus Alvin tentang “**Strategi Komunikasi Politik Juru Bicara Wakil Presiden Jusuf Kalla (JK) 2014-2019 sebagai Humas Pemerintah Silvanus**” penelitian ini membahas bahwa untuk mengungkap strategi yang diterapkan oleh Juru Bicara Wakil Presiden periode 2014-2019 sebagai humas pemerintah. Metode yang dipakai dalam penelitian kualitatif ini adalah wawancara mendalam serta observasi terhadap Husain Abdullah selaku Juru Bicara Wakil Presiden 2014- 2019. Terdapat beberapa tahapan-tahapan strategi yang diterapkan, yakni penentuan citra pihak yang direpresentasikan, penentuan publik sasaran, menjalankan fungsi manajemen komunikasi dan fungsi proteksi, serta evaluasi. Selain itu, temuan menarik dari penelitian ini membuktikan Husain Abdullah sebagai Juru Bicara Wakil Presiden 2014-2019 diberikan keleluasaan dalam menentukan strategi komunikasi politik yang ia rasa penting dilakukan, tanpa perlu melapor ataupun mendapat persetujuan dari Jusuf Kalla sebagai pihak yang direpresentasikan. Beberapa bentuk keleluasaan itu antara lain adalah kebebasan dalam menginterpretasikan pesan wakil presiden kemudian menyebarluaskan kepada pers, berperan pula sebagai penasihat (advisor) yang bisa memberi masukan-masukan, serta menentukan konten-konten mana yang layak di media sosial tanpa perlu persetujuan Jusuf Kalla (Alvin, 2020). Penelitian ini memiliki persamaan dengan yang akan peneliti lakukan yaitu mencari tahu strategi komunikasi politik objek yang diteliti.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tinjauan Teoritis

Tinjauan teoritis berisi teori-teori yang relevan yang berkaitan dengan penelitian. Berikut adalah teori yang peneliti gunakan dalam penelitian.

2.1 Teori Komunikasi Politik

Komunikasi politik merupakan cabang dari ilmu komunikasi yang mengkaji bagaimana pesan-pesan politik diproduksi, disampaikan, diterima, dan berdampak terhadap publik. Salah satu teori yang relevan dalam mengkaji strategi komunikasi politik adalah teori komunikasi politik yang dikemukakan oleh Brian McNair (McNair, 2011:4). Teori ini menempatkan komunikasi sebagai inti dari proses politik, karena kekuasaan dalam politik modern banyak dibangun melalui pengaruh simbolik dan persepsi publik.

Teori komunikasi politik menurut Brian McNair mengatakan pentingnya interaksi antara aktor politik dan publik dalam membentuk opini serta citra politik. Menurut McNair, 2018 dalam bukunya *An Introduction to Political Communication*, menjelaskan bahwa komunikasi politik merupakan serangkaian upaya yang dilakukan oleh individu, partai politik, dan tim kampanye untuk mempengaruhi persepsi masyarakat melalui penyampaian pesan yang strategis. McNair menekankan pentingnya komunikasi langsung antara politisi dan publik, di mana interaksi ini dapat membentuk hubungan yang lebih dekat dan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap kandidat.

Melihat kepada komunikasi politik tidak hanya berkaitan dengan penyampaian informasi, tetapi juga bagaimana pesan tersebut diterima dan dianggap oleh masyarakat. McNair menekankan bahwa umpan balik dari masyarakat merupakan komponen penting dalam proses komunikasi yang benar, karena respon masyarakat dapat mempengaruhi strategi komunikasi selanjutnya. Dengan demikian, pemahaman yang mendalam tentang dinamika komunikasi politik dapat membantu calon pemimpin dalam merancang strategi yang lebih dominan untuk membangun citra positif dan mendapatkan dukungan dari pemilih.

McNair juga menyoroti peran media dalam komunikasi politik modern, di mana media tidak hanya sebagai saluran penyampaian pesan, tetapi juga sebagai aktor politik yang dapat memengaruhi agenda dan opini publik.

Menurut McNair, 2011 dalam bukunya *An Introduction to Political Communication* menyebutkan bahwa strategi komunikasi politik harus mempertimbangkan tiga elemen utama yaitu:

Komunikator Politik

Komunikator politik adalah pihak yang menyampaikan pesan politik. Mereka bisa berupa politisi, partai politik, organisasi masyarakat, juru bicara, konsultan politik, hingga kelompok kepentingan. Pada komunikasi politik modern, komunikator juga mencakup aktor informal seperti buzzer media

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sosial, influencer, atau tokoh publik. Peran komunikator adalah membentuk persepsi dan memengaruhi opini publik melalui strategi dan narasi yang mereka bangun.

Pesan Politik

Isi dari pesan politik adalah komunikasi yang ingin disampaikan kepada publik. Pesan memainkan peran sentral sebagai sarana penyampaian ideologi, program, dan tujuan politik kepada publik.

Target Audiens

Segmentasi publik yang menjadi sasaran komunikasi. Dengan mengidentifikasi kelompok sasaran, politisi dapat menyesuaikan pesan, media, dan metode komunikasi yang paling tepat untuk menjangkau dan mempengaruhi kelompok tersebut (McNair, 2011).

Komunikasi politik memiliki peranan penting dalam konteks pemilihan kepala daerah karena menjadi sarana utama bagi para calon untuk membangun citra, menyampaikan visi-misi, dan memengaruhi perilaku pemilih secara strategis. Menurut Brian McNair, komunikasi politik adalah proses di mana informasi politik diproduksi, disebarluaskan, dan diterima oleh masyarakat melalui berbagai saluran komunikasi, dengan tujuan memengaruhi opini publik dan keputusan politik, termasuk dalam pemilihan (McNair, 2011:4). Dalam pemilihan kepala daerah, komunikasi politik menjadi instrumen strategis yang digunakan oleh calon untuk meraih simpati pemilih, membangun identitas politik, dan menegaskan kompetensi serta kredibilitasnya di hadapan publik. Proses ini tidak hanya mencakup penyampaian pesan verbal melalui media massa dan media sosial, tetapi juga mencakup tindakan simbolik dan non-verbal yang mencerminkan karakter serta keselarasan calon dengan nilai-nilai lokal masyarakat. Dalam konteks Indonesia, komunikasi politik dalam pilkada semakin kompleks karena harus disesuaikan dengan dinamika sosial-budaya daerah, tingkat literasi politik pemilih, serta kehadiran media digital yang mempercepat arus informasi. Oleh karena itu, pemahaman terhadap prinsip-prinsip komunikasi politik menjadi hal yang esensial bagi para calon kepala daerah dalam menyusun strategi kampanye yang tepat dan berorientasi pada kemenangan politik.

2.2 Citra Politik

Citra politik merupakan persepsi masyarakat terhadap sosok politikus atau lembaga politik berdasarkan informasi, tindakan, dan simbol yang disampaikan melalui proses komunikasi. Menurut Nimmo, citra politik adalah gambaran mental atau persepsi yang dimiliki publik tentang seorang tokoh politik, partai, atau institusi politik, yang terbentuk melalui proses komunikasi simbolik yang berlangsung terus-menerus (Nimmo, 2005). Sementara itu, menurut Dan Nimmo dan James E. Combs, citra politik tidak harus merefleksikan kenyataan, tetapi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

cukup dengan menggambarkan persepsi publik terhadap realitas politik tersebut (Combs, 1993). Citra dapat dibentuk, dimanipulasi, atau dikelola melalui strategi komunikasi politik yang sistematis.

Sedangkan menurut Sari (2014), citra politik adalah representasi persepsi publik terhadap kepribadian, kompetensi, dan nilai-nilai yang dikaitkan dengan seorang figur politik, baik melalui media massa maupun pengalaman langsung masyarakat (Sari, 2014). Dalam konteks pemilihan kepala daerah, citra politik sangat menentukan karena dapat memengaruhi preferensi pemilih, terutama dalam sistem demokrasi yang menekankan pada keterlibatan opini publik. Oleh karena itu, membangun citra positif menjadi tujuan utama dalam strategi komunikasi politik seorang calon kepala daerah agar dapat meraih legitimasi dan kepercayaan dari masyarakat.

Menurut Nimmo, citra politik adalah gambaran mental publik terhadap tokoh politik yang dibentuk melalui proses komunikasi dan simbol-simbol yang digunakan (Nimmo, 1978:104). Citra positif yang berhasil dibangun dapat menciptakan kepercayaan publik, memperkuat identifikasi politik, serta meningkatkan elektabilitas pasangan calon. Oleh karena itu, pasangan calon seperti Abdul Wahid-SF Hariyanto harus memperhatikan indikator-indikator citra yang mampu memperkuat persepsi positif di mata pemilih. Adapun indikator dari penjelasan diatas yaitu:

1. Kredibilitas

Mencerminkan tingkat kepercayaan publik terhadap pasangan calon, yang dipengaruhi oleh rekam jejak, kejujuran, dan komitmen terhadap janji politik. Kapabilitas atau Kompetensi

Menggambarkan sejauh mana pasangan calon dinilai mampu menjalankan tugas pemerintahan secara baik, termasuk kemampuan manajerial dan kepemimpinan.

Kedekatan dengan Rakyat (Kharisma Sosial)

Menunjukkan sejauh mana pasangan calon dianggap dekat, peduli, dan memahami kebutuhan masyarakat. Biasanya ditunjukkan melalui interaksi langsung, empati, dan respons terhadap aspirasi publik.

Penampilan dan Gaya Komunikasi

Penampilan fisik, cara berbicara, serta gaya komunikasi yang santun dan persuasif memberi pengaruh terhadap persepsi positif publik.

Simbol dan Identitas Politik

Penggunaan simbol (warna, logo, slogan) yang konsisten dan mudah dikenali membantu memperkuat citra pasangan calon di benak pemilih.

Citra positif menurut Kotler berfokus pada persepsi positif masyarakat terhadap seorang calon atau organisasi dibentuk melalui kombinasi program,

© Hak Cipta diLindungi Undang-Undang State Islamic University of Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

komunikasi, dan pengalaman yang diterima. Menurut Kotler dan Keller (2016), citra positif merupakan persepsi yang baik dan menguntungkan yang terbentuk di benak publik terhadap individu, organisasi, atau merek. Citra ini tidak muncul begitu saja, melainkan merupakan hasil dari berbagai elemen yang saling berinteraksi, termasuk pengalaman, komunikasi, dan konsistensi dalam interaksi. Menurut Kotler dan Keller, segmentasi audiens adalah langkah krusial dalam menyusun strategi komunikasi yang tepat, karena pesan kampanye harus disesuaikan dengan karakteristik, kebutuhan, dan preferensi setiap segmen pemilih. Interaksi yang konsisten, baik melalui media sosial, iklan, maupun kegiatan langsung, membantu memperkuat citra tersebut, karena publik cenderung mengingat dan mempercayai informasi yang disampaikan secara berulang dengan cara yang sama. Diambil dari Meraz & Papacharissi (2013) pada komunikasi politik, media sosial menjadi salah satu alat yang sangat dominan dalam menyebarkan pesan kampanye secara cepat dan luas. Media sosial tidak hanya menjadi sarana untuk menyampaikan pesan kampanye, tetapi juga sebagai alat untuk membangun keterlibatan langsung dengan pemilih (Febriansyah et al., 2023).

Beberapa faktor yang memengaruhi pembentukan citra politik antara lain:

1. Media Massa dan Media Sosial

Peran media dalam membentuk citra politik sangat signifikan. Media sosial, khususnya, memiliki kemampuan untuk membentuk opini publik dalam waktu singkat.

2. Kinerja dan Rekam Jejak Kandidat

Masyarakat cenderung menilai kandidat berdasarkan kinerja dan rekam jejak mereka di masa lalu.

3. Simbol dan Gaya Komunikasi

Simbol-simbol politik seperti slogan, logo, dan warna kampanye juga berkontribusi dalam membentuk citra positif.

4. Interaksi Langsung dengan Publik

Tatap muka, dialog publik, dan kampanye *door-to-door* masih menjadi metode yang sesuai dalam membangun kedekatan dengan pemilih (Lippman, 2022).

Strategi komunikasi politik tim koalisi bermarwah dalam memenangkan Abdul Wahid-SF Hariyanto di Pemilihan Kepala Daerah, melibatkan beberapa langkah taktis dan tindakan konkret yang harus dilakukan dalam mencapai target opini publik Abdul Wahid-SF Hariyanto. Menurut Brian McNair dalam bukunya "An Introduction to Political Communication" menjelaskan bahwa komunikasi politik mencakup upaya-upaya yang dilakukan oleh aktor politik (calon, partai politik, tim kampanye) untuk memengaruhi opini publik melalui berbagai saluran



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

komunikasi. Melihat pada moment pilkada, komunikasi politik bertujuan untuk membangun citra positif calon melalui komunikasi verbal dan non-verbal yang disampaikan melalui berbagai media massa, media sosial, dan interaksi langsung dengan masyarakat.

2.3 Strategi Komunikasi Politik

2.3.1 Pengertian Strategi

Menurut Schafer, 2021 dikutip dari Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi, kata strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *stratogos* yang memiliki arti militer dan memimpin. Awalnya, strategi diartikan sebagai *generalship* atau sesuatu yang dilakukan jendral dalam membuat rencana dengan tujuan menaklukan musuh serta memenangkan sebuah peperangan. Maka diawal perkembangannya, strategi sangat populer digunakan dilingkungan militer (Triwicaksono & Nugroho, 2021).

Istilah strategi sering digunakan dalam konteks militer sejak zaman Yunani-Romawi hingga zaman Industrialisasi hingga meluas ke masyarakat termasuk dalam komunikasi, politik dan komunikasi politik untuk digunakan dalam kompetisi pemilihan kepala daerah dan pengambilan keputusan politik lainnya. menurut Arifin (2011), strategi komunikasi politik merupakan rangkaian tindakan terkoordinasi yang dilakukan oleh aktor politik untuk mencapai efek tertentu dalam komunikasi massa, baik melalui media tradisional maupun digital. Ia menekankan bahwa strategi ini tidak hanya soal menyampaikan pesan, tetapi juga menyangkut bagaimana mengelola persepsi publik, merespons dinamika sosial politik, serta membangun hubungan jangka panjang dengan konstituen. Merujuk pandangan kontestasi politik seperti pemilihan kepala daerah, strategi komunikasi menjadi kunci untuk membentuk citra positif kandidat dan menanamkan citra tersebut secara konsisten ke dalam benak pemilih. Oleh karena itu, strategi komunikasi politik yang tepat harus memperhitungkan konteks sosial, budaya, serta media yang digunakan untuk menyampaikan pesan. (Arifin, 2011:235).

2.3.2 Strategi Komunikasi

Strategi Komunikasi menurut Frank Jefkins menekankan pentingnya komunikasi yang terencana antara organisasi dengan publiknya, baik internal maupun eksternal, untuk mencapai tujuan spesifik yang berlandaskan saling pengertian. Jefkins menyoroti pentingnya media relations dalam strategi PR, di mana memahami dan melayani media massa adalah kunci untuk mencapai publikasi yang benar (Rifal Padilah et al., 2023). Strategi komunikasi politik merupakan serangkaian rencana serta tindakan yang dirancang secara sistematis oleh pelaku politik untuk memengaruhi opini publik, membangun dukungan politik, dan menciptakan citra positif. Menurut McNair, komunikasi langsung antara aktor politik dan publik merupakan komponen penting dalam komunikasi politik, di mana politisi menyampaikan pesan mereka secara langsung kepada pemilih untuk mencapai tujuan tertentu. McNair menekankan peran media massa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.3.3 Unsur-Unsur Komunikasi Politik

Sebagai suatu bentuk kajian yang berhubungan dengan kegiatan berkomunikasi, beberapa ahli juga menjelaskan beberapa unsur-unsur komunikasi politik melalui beberapa sudut pandang yang berbeda-beda. Menurut Cangara (2009) dalam bukunya unsur-unsur komunikasi politik meliputi sumber (komunikator), pesan, media atau saluran penerima dan efek.

Adapun unsur-unsur komunikasi politik menurut Cangara, yaitu:

1. Komunikator Politik

Semua pihak yang ikut terlibat dalam proses penyampaian pesan. pihak-pihak ini dapat berbentuk individu, kelompok, organisasi, lembaga, ataupun pemerintah.

2. Pesan politik

Pesan politik merupakan pernyataan yang disampaikan, baik bertulis maupun tidak, dalam bentuk simbol atau verbal yang mengandung unsur politik, misalnya pidato, politik, undang-undang dan lain-lain.

3. Saluran atau media politik

Dalam perkembangan sekarang ini, media massa dianggap sebagai saluran yang paling tepat untuk melakukan proses komunikasi politik.

4. Penerima pesan politik

Semua lapisan masyarakat diharapkan memberikan respon terhadap pesan komunikasi politik, misalnya memberikan suara pada pemilihan umum.

5. Efek atau pengaruh

Efek merupakan pengukur seberapa jauh pesan politik dapat diterima dan dipahami.

UIN SUSKA RIAU

Menurut Cangara (2009) komunikasi politik melibatkan berbagai unsur yang saling berinteraksi antara komunikator politik (individu, kelompok, organisasi, lembaga dan pemerintah) yang bertujuan menyampaikan pesan politik (pernyataan bermuatan politik, baik verbal, tertulis, maupun simbolik) melalui media politik (terutama media massa) kepada penerima pesan politik (masyarakat luas) bertujuan agar pesan tersebut dipahami, direspon, dan memengaruhi opini atau tindakan penerima, yang diukur sebagai efek atau pengaruh komunikasi. Komunikasi ini

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sangat dipengaruhi oleh konteks sosial, budaya, dan politik yang melingkupinya (Cangara, 2009:31).

Menurut teori komunikasi politik McNair dikutip dari J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam, seorang komunikator politik yang tepat harus memiliki kredibilitas tinggi (kemampuan dipercaya dan pengetahuan yang memadai) dan keahlian dalam isu yang disampaikan. Kredibilitas mengacu pada sejauh mana komunikator dianggap ahli dan jujur dalam menyampaikan pesan, sementara daya tarik (*charisma*) meliputi penampilan fisik, gaya bicara, kepribadian, dan kemampuan komunikasi membantu menarik perhatian dan simpati audiens (Winda Kustiawan et al., 2022). Selain itu, konsistensi pesan di berbagai saluran sangat penting untuk memperkuat kepercayaan publik; pesan politik yang disampaikan secara konsisten antar-platform akan lebih mudah diterima dan dipandang kredibel (Raiz et al., 2024). Komunikator politik juga berperan membentuk opini publik dan citra calon lewat narasi yang mereka kembangkan: penelitian menunjukkan bahwa komunikasi politik yang sesuai membentuk opini publik dengan pesan politik yang disampaikan, dan citra politik yang positif hasil manajemen pesan yang strategis dapat meningkatkan popularitas atau elektabilitas kandidat. Dengan demikian, keahlian dan kredibilitas komunikator, dipadukan dengan daya tarik pribadi dan konsistensi pesan, sangat menentukan keberhasilan mereka mempengaruhi opini publik dan menciptakan citra politik positif (Trianto, 2023:74).

Pesan politik memegang peranan sentral dalam membentuk citra positif di mata publik. Menurut Brian McNair, pesan politik merupakan komunikasi yang disengaja tentang politik, yang mencakup tidak hanya pernyataan verbal atau tertulis, tetapi juga representasi visual seperti penampilan, simbol, dan simbol yang membentuk identitas politik seseorang. Pesan politik yang tepat harus disusun dengan mempertimbangkan struktur yang jelas, relevansi dengan kebutuhan dan harapan pemilih, serta konsistensi dalam penyampaian di berbagai media. McNair menekankan bahwa media memainkan peran penting sebagai perantara dalam menyampaikan pesan politik kepada publik, sehingga pemilihan media yang tepat dan strategi penyampaian yang benar menjadi krusial dalam membentuk opini publik dan citra politik yang diinginkan. Dalam merancang pesan politik, komunikator politik harus mampu mengidentifikasi isu-isu yang relevan, menyusun narasi yang meyakinkan, dan memilih saluran komunikasi yang sesuai untuk mencapai dan mempengaruhi audiens secara baik dan benar.

Pemilihan media atau saluran komunikasi yang tepat menjadi faktor krusial dalam membangun citra positif di mata publik. Menurut Brian McNair, media massa berperan sebagai perantara utama dalam komunikasi politik, berfungsi sebagai *gatekeeper* yang menyaring dan menyampaikan pesan politik dari komunikator kepada khalayak luas. Media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga memiliki kemampuan untuk membentuk opini publik melalui cara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mereka mengemas dan menginterpretasikan pesan-pesan politik . Pada konteks kampanye politik, pemilihan media yang sesuai dengan karakteristik audiens sasaran sangat penting untuk memastikan pesan politik dapat diterima dan dipahami dengan baik, sehingga dapat membentuk citra positif yang diinginkan oleh kandidat dan menimbulkan efek positif dari masyarakat (McNair, 2017:4).

Efek komunikasi politik merupakan bagian penting dalam menilai keberhasilan strategi komunikasi yang dijalankan oleh seorang aktor politik, termasuk dalam konteks kampanye pasangan calon gubernur Riau Abdul Wahid-SF Haryanto pada Pilkada 2024. Menurut Brian McNair, komunikasi politik tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan, tetapi juga pada bagaimana pesan tersebut dipersepsi dan memengaruhi opini, sikap, serta perilaku politik audiens (McNair, 2017:24-26). Efek komunikasi politik dapat bersifat kognitif (pengetahuan), afektif (sikap), maupun konatif (tindakan), yang semuanya berperan dalam membentuk citra positif seorang kandidat. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang baik harus dirancang untuk menstimulasi ketiga aspek tersebut. Selain itu, menurut Hafied Cangara, efek komunikasi politik juga sangat dipengaruhi oleh konteks sosial dan budaya khalayak, serta kredibilitas komunikator dan media yang digunakan (Cangara, 2009:132). Dengan demikian, dalam upaya membangun citra politik yang positif, tim kampanye harus memperhatikan bagaimana pesan dikemas dan disalurkan agar menciptakan dampak psikologis dan sosial yang diinginkan. Dampak ini tidak hanya ditentukan oleh frekuensi komunikasi, tetapi juga oleh tingkat keterlibatan publik dan respons balik yang dihasilkan terhadap pesan politik tersebut (Mulyana, 2012:278).

2.3.4 Strategi Kampanye

Strategi kampanye merupakan serangkaian langkah sistematis dan terencana yang disusun untuk memengaruhi persepsi, sikap, dan perilaku pemilih secara efektif dalam rangka memenangkan dukungan elektoral. Dalam konteks komunikasi politik, strategi kampanye tidak hanya mencakup penyampaian pesan sehat, tetapi juga bagaimana pesan itu dibentuk, dikemas, dan disampaikan melalui media yang tepat kepada segmen audiens yang relevan. Strategi ini mencakup tiga elemen utama, yaitu penentuan isu atau pesan utama (*message*), identifikasi khalayak sasaran (*targeting*), dan pemilihan saluran komunikasi (*media use*). Ketiganya saling berkaitan dan memerlukan pendekatan yang kontekstual sesuai dengan kondisi sosiopolitik dan budaya masyarakat setempat (firmanzah, 2012).

Dalam teori komunikasi politik, McNair menjelaskan bahwa strategi kampanye yang berhasil adalah yang mampu membentuk opini publik secara berkelanjutan dengan cara menyampaikan pesan politik yang mudah dipahami, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan audiens. Komunikasi politik dalam kampanye tidak bisa bersifat satu arah; melainkan harus dibangun secara dialogis



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

agar menghasilkan keterlibatan emosional dan partisipasi aktif dari masyarakat. Hal ini juga sejalan dengan pandangan Cangara bahwa komunikasi politik yang efektif harus memperhatikan lima unsur utama, yakni komunikator, pesan, media, audiens, dan efek (Cangara, 2009). Oleh karena itu, dalam praktiknya, strategi kampanye yang disusun oleh tim pemenangan atau koalisi politik dituntut tidak hanya kreatif, tetapi juga adaptif terhadap dinamika lapangan dan pola komunikasi masyarakat.

Dalam kasus Pilkada Riau 2024, strategi kampanye Tim Koalisi Bermarwah menunjukkan bentuk komunikasi politik yang berorientasi partisipatif. Tim ini tidak hanya menyampaikan pesan secara top-down, tetapi juga membangun interaksi langsung melalui kunjungan ke desa, talkshow komunitas, hingga media sosial interaktif. Strategi ini memungkinkan audiens untuk menjadi bagian dari proses kampanye, bukan sekadar penerima pesan pasif. Dengan demikian, strategi kampanye bukan hanya alat untuk mencapai kemenangan elektoral, tetapi juga mencerminkan cara calon pemimpin berinteraksi dengan rakyatnya secara etis dan komunikatif.

2.2.3.5 Bentuk-Bentuk Komunikasi Politik

Adapun bentuk-bentuk pada komunikasi politik yang biasa digunakan oleh politikus dalam berbagai konteks, terutama dalam kampanye, pengambilan keputusan, dan komunikasi dengan publik, yaitu:

1. Pidato Politik

Politikus sering menggunakan pidato dalam forum-forum resmi maupun kampanye untuk menyampaikan visi, program, dan kebijakan kepada publik. Pidato memungkinkan politikus membangun citra diri, menunjukkan kemampuan retorika, serta menggerakkan massa. Pidato yang disiarkan melalui media juga memperluas jangkauan audiens.

2. Debat Publik

Debat, terutama dalam konteks pemilihan kepala daerah, menjadi sarana penting untuk menunjukkan kompetensi, logika berpikir, serta keunggulan program politik dibanding lawan. Ini menjadi bentuk komunikasi politik yang strategis untuk memengaruhi opini pemilih yang rasional.

3. Wawancara Media

Melalui wawancara di televisi, radio, atau media online, politikus menjawab isu-isu aktual dan memperjelas posisi politiknya. Bentuk ini memberi kesan keterbukaan dan kecepatan respons terhadap isu publik.

4. Kampanye di Media Sosial

Media sosial seperti Instagram, Twitter/X, Facebook, dan TikTok menjadi sarana komunikasi politik yang sangat sesuai di era digital. Politikus menggunakan untuk menyebarkan pesan, citra, hingga berinteraksi langsung dengan publik, terutama generasi muda.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. *Door to Door Campaign*

Pendekatan langsung ke rumah warga memberi kesan personal dan dekat dengan masyarakat. Bentuk ini masih relevan, terutama di daerah dengan koneksi digital rendah atau kultur lokal yang menekankan hubungan tatap muka.

6. Alat Peraga Kampanye (APK)

Poster, baliho, spanduk, dan stiker merupakan media visual yang sering digunakan untuk menyampaikan pesan simbolik dan membangun pengenalan wajah serta slogan.

7. *Press Release* atau Pernyataan Resmi

Politikus dan timnya kerap merilis pernyataan resmi kepada media massa untuk mengklarifikasi isu, menyampaikan capaian, atau mengumumkan kebijakan.

Menurut Cangara (2009), bentuk-bentuk komunikasi politik tidak hanya mencakup komunikasi verbal seperti pidato atau wawancara, tetapi juga komunikasi simbolik yang tertuang dalam atribut, gaya berpakaian, dan simbol-simbol politik lainnya (Cangara, 2009:55-58). McNair juga menambahkan bahwa media modern telah memperluas cakupan komunikasi politik, menjadikannya lebih interaktif dan tidak satu arah (McNair, 2017:34-38).

2.2.3.6 Fungsi Komunikasi Politik

Komunikasi politik memiliki peran sentral dalam dinamika demokrasi, khususnya dalam proses pemilihan kepala daerah. Merujuk strategi komunikasi ppsangan calon, pemahaman terhadap fungsi komunikasi politik menjadi penting untuk melihat bagaimana komunikasi dibentuk, disampaikan, dan diterima oleh publik. Menurut Brian McNair 2017, komunikasi politik tidak hanya terbatas pada pertukaran informasi antara elite politik dan masyarakat, melainkan memiliki lima fungsi utama yang berperan dalam pembentukan opini publik, pengambilan keputusan politik, dan penciptaan citra politik, yaitu:

Informasi

Komunikasi politik berfungsi untuk menyampaikan informasi kepada publik mengenai peristiwa politik, kebijakan, atau program kerja yang akan dilakukan oleh aktor politik. Informasi yang diberikan bertujuan agar masyarakat memiliki pemahaman yang utuh terhadap pilihan-pilihan politik yang tersedia.

Edukasi

Fungsi edukasi dimaksudkan agar masyarakat memiliki pemahaman politik yang memadai, seperti cara kerja sistem demokrasi, hak-hak politik warga, serta bagaimana suatu kebijakan berdampak terhadap kehidupan mereka.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam kampanye politik, fungsi ini terlihat dalam bentuk sosialisasi program dan visi-misi.

Persuasi

Fungsi ini berupaya memengaruhi opini publik agar menerima atau mendukung aktor, program, atau ide tertentu. Strategi komunikasi dalam kampanye calon kepala daerah umumnya sangat menekankan pada fungsi ini, baik melalui citra personal maupun simbol-simbol politik yang dibangun.

Mobilisasi

Komunikasi politik juga berperan dalam mendorong partisipasi aktif masyarakat, seperti mendorong pemilih untuk hadir di TPS, terlibat dalam kampanye, atau menjadi relawan politik. Fungsi ini menjadi sangat penting dalam meningkatkan keterlibatan pemilih secara langsung dalam proses demokrasi.

Perdebatan dan Dialog Publik

Fungsi ini bertujuan menyediakan ruang diskusi, pertukaran gagasan, serta kritik terhadap kebijakan atau calon pemimpin. Melalui forum debat publik atau media sosial, aktor politik dapat menunjukkan keterbukaan terhadap masukan serta meningkatkan transparansi politik.

Kelima fungsi di atas menjadi dasar dalam mengidentifikasi bagaimana strategi komunikasi pasangan calon disusun secara sistematis untuk membentuk citra positif di hadapan publik (McNair, 2017:22).

2.4 Media Dalam Komunikasi Politik

Media memiliki peranan yang sangat penting dalam proses komunikasi politik karena menjadi saluran utama penyebaran informasi antara pelaku politik dan masyarakat. Media tidak hanya berfungsi sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai pembentuk opini publik dan arena pertarungan simbolik antar kepentingan politik. Menurut Brian McNair (2011), media massa dalam komunikasi politik tidak hanya menyampaikan pesan politik, tetapi juga dapat memengaruhi persepsi, membentuk opini, bahkan memengaruhi keputusan politik masyarakat melalui pemberitaan yang dimediasi secara ideologis. Media, dalam hal ini, menjadi ruang penting dalam demokrasi, karena di sanalah terjadi penyampaian gagasan dan pencitraan politik secara luas dan terbuka (McNair, 2011:21).

Media komunikasi politik dapat dibedakan berdasarkan bentuk dan jangkauannya. Berikut jenis-jenis media komunikasi politik:

1. Media Massa

Media massa seperti televisi, radio, dan surat kabar merupakan media konvensional yang memiliki jangkauan luas dan masih menjadi sumber informasi politik utama bagi sebagian masyarakat. Media ini mampu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

membentuk opini publik melalui framing dan agenda setting terhadap isu politik tertentu.

Media Sosial (New Media)

Media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan Twitter menjadi saluran strategis dalam komunikasi politik modern. Platform ini memungkinkan interaksi dua arah, penyebaran pesan yang cepat, serta segmentasi audiens yang lebih akurat dan personal.

Media Tatap Muka

Media ini mencakup kampanye langsung, pertemuan warga, dialog publik, dan kegiatan sosialisasi politik di lapangan. Meskipun bersifat lokal dan terbatas secara geografis, media tatap muka memiliki kekuatan dalam membangun kedekatan emosional antara calon dengan masyarakat.

Media Digital Lainnya

Termasuk situs web resmi, aplikasi kampanye, dan kanal YouTube. Media ini mendukung visualisasi program politik dan membangun kredibilitas digital kandidat secara profesional (McNair, 2011:46).

Di era digital saat ini, media sosial berperan penting dalam membentuk citra masyarakat. Menurut Firmanzah 2009, media sosial telah menjadi alat strategis bagi para aktor politik untuk membangun citra dirinya melalui pemasaran politik atau iklan politik, dengan tujuan untuk menanamkan citra politik di masyarakat (Wati et al., n.d.) . Interaksi langsung dengan audiens melalui platform digital dapat menciptakan citra yang lebih personal dan sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat. Secara keseluruhan, citra publik merupakan elemen penting dalam komunikasi politik dan organisasi, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Pemahaman mendalam tentang proses pembentukan citra ini memungkinkan individu dan organisasi untuk mengelola persepsi publik secara tepat, membangun kepercayaan, dan mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan.

Media memainkan peran krusial dalam menyampaikan pesan politik. Pertama, media berfungsi sebagai *gatekeeper* informasi yang menyaring dan membingkai isu politik tertentu. Kedua, media menjadi jembatan antara kandidat dan pemilih dalam menyampaikan visi, misi, dan program kerja. Ketiga, media juga menjadi alat untuk membentuk citra politik, melalui pencitraan visual, slogan, hingga narasi personal kandidat. McNair menekankan bahwa komunikasi politik dalam media bersifat simbolik dan persuasif, sehingga pengaruhnya tergantung pada bagaimana pesan dikonstruksi dan diterima oleh publik (Cangara, 2009).

Selain itu, dalam era digital dan media sosial seperti sekarang ini, peran media baru menjadi semakin dominan dalam komunikasi politik. Menurut Effendy (2006), media komunikasi politik dapat berupa media interpersonal, media kelompok, media massa, dan media digital, yang masing-masing memiliki kekuatan tersendiri dalam membentuk persepsi dan keterlibatan politik masyarakat (Onong Uchjana

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Effendy, 2006:104). Media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter, misalnya, telah menjadi sarana kampanye politik yang sesuai karena bersifat interaktif, cepat, dan mampu menjangkau segmentasi pemilih secara langsung. Dengan demikian, media bukan hanya sarana netral, tetapi instrumen strategis dalam mempengaruhi arah dan isi komunikasi politik.

Media sosial terbukti sangat tepat dalam kampanye politik modern karena bersifat interaktif, *real-time*, dan menjangkau kelompok pemilih muda yang aktif secara digital. Menurut Towner dan Dulio (2011), kampanye digital yang dikelola secara strategis mampu meningkatkan keterlibatan pemilih, memperkuat citra, dan memobilisasi dukungan politik (Towner, Terri J., 2011). Selain itu, fitur algoritma memungkinkan kandidat untuk menargetkan konten kepada segmen tertentu sesuai dengan preferensi, usia, lokasi, atau minat politik. Melihat dari konteks Pilkada Riau 2024, penggunaan TikTok dan Instagram *Stories* menjadi strategi populer karena mampu menyajikan konten ringan, cepat viral, dan dekat dengan gaya komunikasi masyarakat muda.

2.2.5 Segmentasi dan Target Pemilih

Segmentasi pemilih merupakan langkah awal dalam merancang strategi komunikasi politik yang sesuai dengan tujuan untuk membagi populasi pemilih ke dalam kelompok-kelompok yang memiliki karakteristik homogen. Dalam perspektif pemasaran politik, segmentasi dilakukan agar pesan kampanye dapat disesuaikan dengan kebutuhan, nilai, dan aspirasi masing-masing kelompok. Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa segmentasi pasar adalah proses membagi pasar ke dalam kelompok konsumen yang berbeda berdasarkan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku mereka, yang mungkin memerlukan produk atau strategi pemasaran yang berbeda (Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2016:214). Dalam konteks politik, pengelompokan ini mencakup demografi, psikografi, geografi, dan perilaku pemilih, sehingga memungkinkan kandidat untuk mempersonalisasi pesan kampanye dan menentukan pendekatan komunikasi yang paling relevan.

Dalam menyusun strategi komunikasi politik, penting untuk menyesuaikan pesan dan pendekatan berdasarkan segmentasi demografi (usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan), psikografi (gaya hidup, nilai, dan opini), serta perilaku (loyalitas pemilih, frekuensi partisipasi, dan isu yang disoroti). Rangkuti (2009) menyatakan bahwa strategi komunikasi yang benar harus mempertimbangkan dimensi segmentasi tersebut untuk mencapai sasaran yang lebih tepat dan efisien (Rangkuti F, 2009:52-53). Sebagai contoh, pesan untuk pemilih muda yang aktif di media sosial akan berbeda dengan pesan untuk kelompok lansia yang lebih responsif terhadap komunikasi tatap muka. Penyesuaian ini dapat meningkatkan resonansi pesan dan memperkuat ikatan emosional pemilih terhadap kandidat.

Provinsi Riau memiliki keragaman sosial, budaya, dan geografis yang menjadi dasar penting dalam segmentasi pemilih. Berdasarkan data BPS dan hasil

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

survei politik regional, pemilih di Riau dapat dikelompokkan menjadi beberapa segmen, seperti pemilih perkotaan di Kota Pekanbaru yang cenderung rasional dan terpapar media digital, serta pemilih pedesaan di wilayah pesisir dan pedalaman yang lebih dipengaruhi oleh tokoh agama dan budaya lokal. Studi yang dilakukan oleh Wahyuni et al. (2022) menunjukkan bahwa pemilih muda di Riau memiliki preferensi terhadap kandidat yang aktif di media sosial dan menunjukkan kepedulian terhadap isu-isu lingkungan dan ekonomi lokal (Wahyuni, S., Darmawan, B., & Yulinda, 2022). Oleh karena itu, strategi komunikasi politik calon gubernur perlu memadukan pendekatan digital dengan pendekatan tradisional berbasis komunitas untuk menjangkau seluruh segmen pemilih secara merata.

2.6 Efek Komunikasi Politik

Efek komunikasi politik dapat dilihat dari tiga dimensi utama, yakni efek kognitif, afektif, dan behavioral. Efek kognitif berkaitan dengan sejauh mana komunikasi politik dapat meningkatkan pemahaman, pengetahuan, atau kesadaran publik terhadap isu, kandidat, atau program politik tertentu. Efek afektif mencakup respons emosional atau sikap yang muncul setelah menerima pesan politik, seperti rasa simpati, ketertarikan, atau bahkan penolakan terhadap seorang kandidat. Sedangkan efek behavioral berhubungan dengan tindakan nyata, seperti keputusan untuk memilih, menghadiri kampanye, atau menyebarkan pesan politik kepada orang lain. Menurut McQuail (2010), komunikasi massa, termasuk komunikasi politik, berpotensi mempengaruhi tiga ranah ini secara bertahap dan terintegrasi (McQuail, 2010). Oleh karena itu, strategi komunikasi politik yang berhasil akan memicu pemahaman yang kuat (kognitif), resonansi emosional (afektif), dan mendorong tindakan (behavioral).

Strategi komunikasi politik memainkan peranan penting dalam membentuk opini publik dan mempengaruhi perilaku pemilih. Strategi ini mencakup pemilihan media, bentuk pesan, frekuensi penyampaian, dan pendekatan personalisasi terhadap pemilih. Menurut Nimmo dan Sanders (1981), komunikasi politik yang sesuai dapat mengubah persepsi khalayak terhadap kandidat dan meningkatkan tingkat kepercayaan serta elektabilitas kandidat di mata publik (Nimmo, D., & Sanders, 1981:22-23). Dalam konteks pemilihan kepala daerah, strategi kampanye yang terencana dan sesuai segmentasi pemilih akan lebih mungkin menciptakan preferensi dan loyalitas pemilih terhadap calon tertentu, seperti pasangan Abdul Wahid-SF Hariyanto. Pesan-pesan politik yang disampaikan dengan gaya persuasif, berbasis data, dan narasi lokal yang kuat cenderung membentuk opini publik yang positif dan mendorong keterlibatan politik yang lebih aktif.

Keberhasilan strategi komunikasi politik dapat diukur melalui sejumlah indikator seperti peningkatan elektabilitas, persepsi positif terhadap kandidat, jumlah keterlibatan masyarakat dalam kampanye, serta partisipasi aktif dalam kegiatan politik seperti pemungutan suara. Menurut Brian McNair (2011),

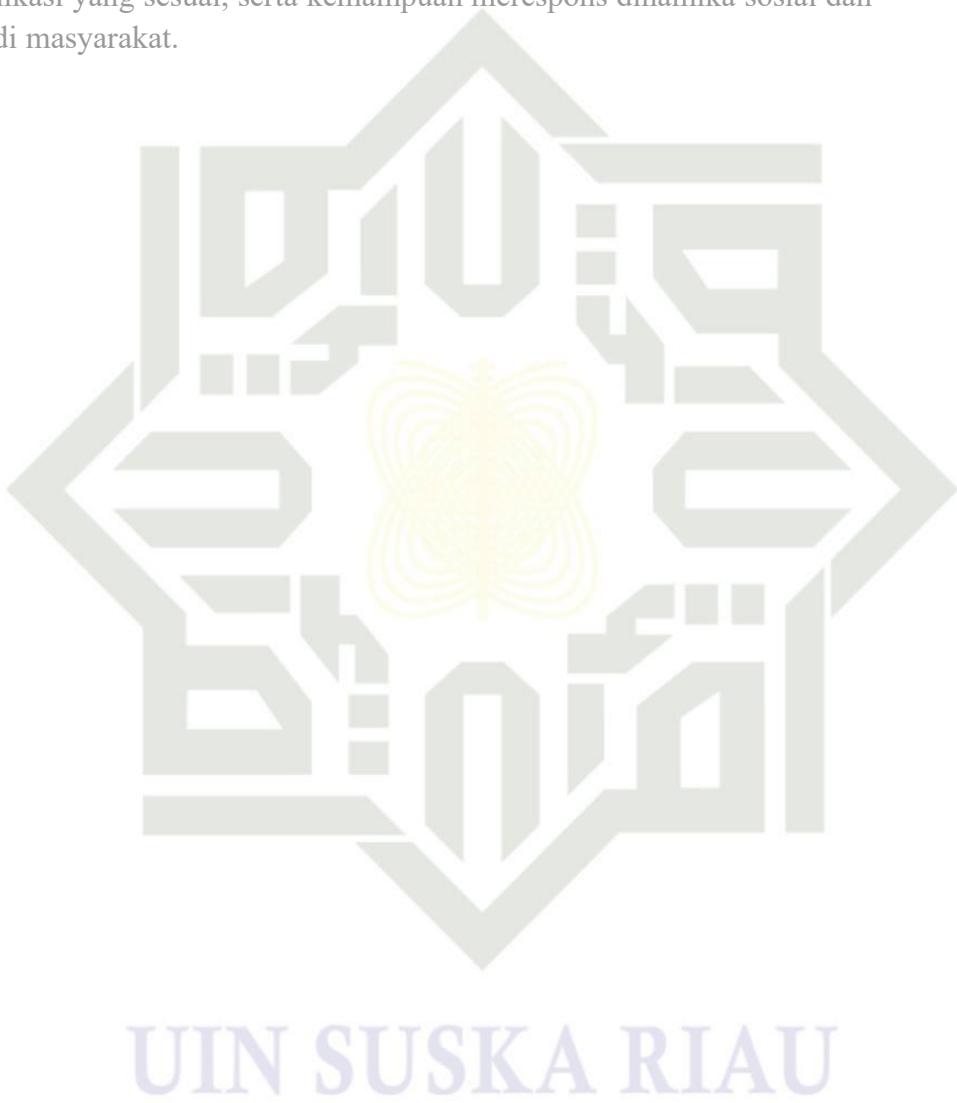
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

keberhasilan komunikasi politik terlihat ketika pesan politik yang disampaikan tidak hanya diketahui, tetapi juga dipercaya dan memengaruhi perilaku politik masyarakat (McNair, 2011:19-21). Selain itu, indikator kuantitatif seperti polling popularitas dan hasil survei opini publik juga menjadi ukuran konkret untuk menilai dampak komunikasi terhadap keberhasilan elektoral. Dalam hal ini, strategi komunikasi pasangan calon sangat dipengaruhi oleh konsistensi pesan, penggunaan satuan komunikasi yang sesuai, serta kemampuan merespons dinamika sosial dan isu-isu aktual di masyarakat.

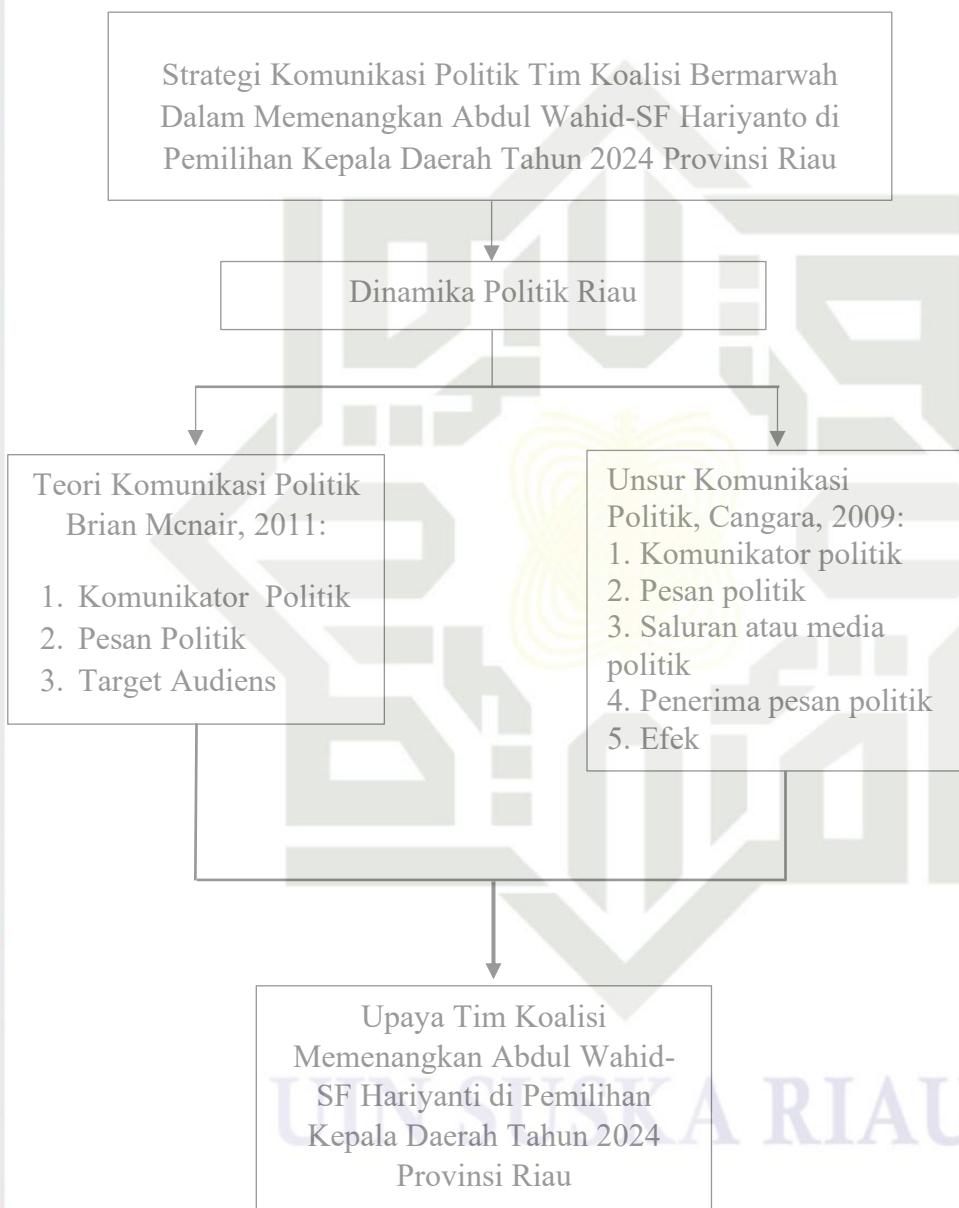


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kerangka Berpikir

Pola pikir penelitian berawal dari strategi komunikasi politik yang digunakan oleh Gubernur Riau (Abdul Wahid-SF Hariyanto) yang akan dicari tau untuk menenggambarkan urutan penyelesaian masalah atau hal yang bisa menemukan jawaban dari penelitian.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan serta menganalisis secara mendalam strategi komunikasi politik yang dijalankan oleh tim koalisi bermarwah untuk Memenangkan pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Riau Abdul Wahid-SF Hariyanto di Pemilihan Kepala Daerah tahun 2024. Pendekatan ini diambil karena fenomena komunikasi politik tidak dapat dipahami hanya melalui pengukuran statistik, melainkan memerlukan pemahaman kontekstual atas pesan, simbol, dan strategi komunikasi yang digunakan oleh aktor politik dalam konteks sosial tertentu. Menurut Creswell 2016, pendekatan kualitatif cocok digunakan untuk mengeksplorasi makna yang dikonstruksi oleh individu atau kelompok terkait fenomena sosial tertentu, sementara jenis deskriptif analisis memungkinkan peneliti untuk tidak hanya memaparkan fakta, tetapi juga melakukan interpretasi dan analisis terhadap data yang ditemukan di lapangan (Creswell, 2016:4).

Pendekatan ini sangat relevan dengan teori komunikasi politik yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu teori Brian McNair, yang menekankan pada fungsi dan makna komunikasi dalam proses politik, termasuk dalam pembentukan citra politik. Sesuai dengan pandangan Moleong 2019, pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menjadi instrumen utama dalam mengumpulkan dan menganalisis data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, sehingga dapat menangkap dinamika komunikasi politik yang berlangsung secara alami di lokasi penelitian, khususnya di Posko Pemenangan Abdul Wahid-SF Hariyanto. Oleh karena itu, jenis penelitian ini dipandang tepat untuk mengungkap strategi komunikasi yang digunakan oleh pasangan calon dalam membangun citra yang positif di mata pemilih (Moleong, 2019:6). Penelitian kualitatif berfokus pada pemahaman fenomena yang diteliti dengan menggunakan data dalam bentuk kata-kata, bukan angka. Peneliti akan mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dengan Calon Gubernur langsung dan tim kampanye serta masyarakat yang terlibat dan studi dokumentasi seperti materi kampanye yang dipublikasikan (Moleong, 2017).

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Posko Pemenangan Abdul Wahid-SF Haryanto, yang berlokasi di Jalan Wonorejo, Kecamatan Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa posko tersebut merupakan pusat aktivitas strategis tim sukses pasangan calon dalam merancang dan melaksanakan berbagai bentuk komunikasi politik

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

selama tahapan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Tahun 2024. Di lokasi ini, peneliti dapat memperoleh informasi langsung mengenai strategi komunikasi politik yang digunakan, termasuk dalam hal pengelolaan pesan politik, penggunaan media komunikasi, hingga interaksi antara tim pemenangan dan konstituen. Selain itu, lokasi ini juga menjadi titik konsolidasi utama dalam membangun citra positif pasangan calon, sehingga relevan dan strategis untuk dijadikan objek kajian.

Adapun waktu pelaksanaan penelitian ini berlangsung pra riset sejak bulan September 2024 hingga Mei 2025, disesuaikan dengan tahap kampanye dan aktivitas politik pasangan calon. Penentuan waktu ini memungkinkan peneliti mengamati dan menggali data secara langsung melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi selama masa yang krusial dalam proses pencitraan politik pasangan calon Abdul Wahid-SF Haryanto.

3. Sumber Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber informasi terkait inti dari permasalahan yang ingin dijelaskan yaitu sumber data primer dan data sekunder.

Adapun sumber data yang dimaksud adalah:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang di peroleh langsung dari subjek penelitian dengan pengambilan data langsung dari subjek sebagai informasi yang dicari. Informasi yang akan diambil langsung dari tempat kejadian melalui narasumber terkait permasalahan penelitian. Data primer ini mencakup catatan hasil dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti yaitu Calon Gubernur, Tim Kampanye, Masyarakat pemilih. Selain itu, peneliti juga akan melakukan pengamatan serta mengumpulkan informasi dengan melihat situasi langsung di lapangan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain tidak langsung dari subjek penelitian. Alat bantu untuk informasi data primer dikumpulkan atau sumber data tambahan yang diperoleh secara langsung dari dokumen-dokumen, dataset, serta referensi buku yang relevan dengan isu penelitian. Tujuan dari sumber data ini adalah untuk memperkuat informasi dari data utama.

3. Informan Penelitian

Dalam studi ini, informasi diperoleh secara langsung dari informan yang memiliki pemahaman mengenai topik yang menjadi fokus penelitian. Informan pada penelitian ini peneliti melakukan sebanyak 5 informan penting yang akan dimintai keterangan melalui wawancara mendalam, yaitu:

Calon Gubernur Riau 2024 (Abdul Wahid-SF Haryanto)

Tim Koalisi Bermarwah:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) PDIP (Kaderismanto, Ketua Tim Pemenangan Bermarwah)
 - 2) PKB (Raja Ferza Fakhlevi, Anggota Divisi Penggalangan Relawan dan Massa)
 - 3) NASDEM (Indra Irianto, Koordinator Divisi Strategis dan Propaganda)
- Masyarakat pemilih Andika Suhendra dan Ibu Upik yang terlibat pendukung Abdul Wahid-SF Haryanto.

Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data merujuk pada berbagai teknik yang digunakan untuk menghimpun informasi, mengambil, atau mencatat data yang relevan dalam penelitian. Dalam konteks ini, beberapa metode yang umumnya diterapkan adalah wawancara dan dokumentasi yang mengacu kepada sumber data. Pertimbangan utamanya adalah kemampuan metode yang dipilih untuk mengumpulkan informasi.

Adapun alat-alat yang digunakan peneliti, yaitu:

1. Wawancara

Wawancara didefinisikan sebagai diskusi antara dua orang atau lebih dengan tujuan tertentu. Dengan wawancara peneliti dapat memperoleh banyak data yang berguna bagi penelitiannya. Wawancara bisa dilakukan dengan menggunakan media telekomunikasi elektronis dan juga bisa menggunakan tatap muka. Pada penelitian ini metode wawancara antara peneliti dan narasumber menggunakan wawancara konvensional atau tatap muka. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dengan penelitian.

Observasi

Observasi dilakukan secara langsung di Posko Pemenangan Abdul Wahid-SF Haryanto di Jln. Wonorejo, Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru. Peneliti mengamati aktivitas komunikasi politik, penggunaan media, gaya komunikasi kandidat, serta bagaimana interaksi terjadi antara tim dan konstituen. Observasi ini bersifat partisipatif pasif, di mana peneliti hadir sebagai pengamat tanpa ikut dalam proses kampanye secara aktif.

Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode untuk mencari informasi dengan cara visual, lisan, dan tertulis. Menurut Zuriah, dokumentasi adalah teknik mengumpulkan data melalui catatan tertulis seperti arsip, termasuk buku yang berkaitan dengan teori, pandangan, prinsip, atau peraturan yang relevan dengan isu penelitian. Dengan demikian, dokumen berfungsi sebagai pencatatan aktivitas, kegiatan, dan peristiwa masa lalu yang diarsipkan. Dokumen ini bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental individu. Pengumpulan data juga dilakukan melalui dokumen-dokumen yang relevan seperti materi kampanye (brosur, pamflet, baliho, media sosial), agenda kegiatan tim pemenangan, pernyataan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

resmi pasangan calon, serta rekaman video atau berita media massa terkait aktivitas komunikasi politik yang dilakukan. Data dokumentasi ini digunakan untuk melengkapi dan memperkuat temuan dari wawancara dan observasi. Dalam penelitian kualitatif, observasi dan wawancara digunakan bersamaan dengan dokumentasi untuk melengkapi pengumpulan data.

3. Validitas Data

Dalam konteks penelitian kualitatif, validasi dianggap sah jika tidak terdapat perbedaan antara laporan yang dibuat oleh peneliti dengan fakta yang benar-benar terjadi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji validitas Triangulasi. Triangulasi dapat dipandang sebagai salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk menguji apakah data yang dihasilkan merupakan data yang kredibel. Dengan kata lain, triangulasi merupakan usaha untuk mengecek kebenaran data atau informasi yang diperoleh dari berbagai sudut pandang yang berbeda. Triangulasi merupakan usaha untuk mengecek keabsahan data atau informasi dari sudut pandang yang berbeda-beda terhadap apa yang telah dilakukan oleh periset, caranya adalah dengan sebanyak mungkin mengurangi ketidak jelasan dan makna ganda yang terjadi ketika data dikumpulkan dan dianalisis.

Penelitian ini menggunakan pendekatan triangulasi sumber data untuk mengungkapkan kebenaran informasi tertentu melalui beragam metode dan sumber pemerolehan data. Sebagai contoh, selain melalui proses wawancara dan dokumen tertulis, arsip, catatan resmi, tulisan atau catatan pribadi, dan gambaran foto. Setiap metode ini akan menghasilkan bukti atau data yang berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan yang berbeda terhadap fenomena yang sedang diteliti. Perspektif-perspektif yang beragam ini akan menghasilkan keluasan pengetahuan untuk mencapai kebenaran.

3. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang diperlajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2018).

Dalam penelitian kualitatif ini, teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan model interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman. Analisis data ini dilakukan secara bertahap dan berkesinambungan sejak proses pengumpulan data berlangsung hingga data dianggap tuntas dan memenuhi kebutuhan analisis. Model ini terdiri dari tiga tahapan utama, yaitu: reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (*conclusion drawing/verification*) (Miles, 1994).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Analisis data mencakup empat kegiatan sebagai berikut:

Pengumpulan Data

Pada tahap ini, peneliti akan memulai dengan mengumpulkan informasi yang berasal dari wawancara dan dokumen yang sudah ada sebelumnya. Langkah ini memiliki nilai penting karena akan menjadi dasar yang diperlukan untuk melanjutkan ke fase selanjutnya, dengan data yang akan dijadikan landasan yang digunakan.

Reduksi Data

Reduksi data merupakan rangkaian langkah yang melibatkan pemilihan, pemfokusan, pengabstraksi, dan transformasi data mentah yang diperoleh dari lapangan. Rangkaian ini diterapkan sepanjang periode penelitian, dimulai dari tahap awal hingga akhir (Hasibuan et al. 2022).

Penyajian Data

Penyampaian data merujuk pada kumpulan informasi yang terstruktur yang memberikan peluang untuk mengambil kesimpulan dan tindakan. Fungsinya adalah untuk mempermudah pembaca dalam menarik kesimpulan. Oleh karena itu, sajian harus tertata dengan baik (Fadli 2021).

4. Menarik Kesimpulan atau Verifikasi

Penarikan kesimpulan hanyalah sebagian dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung.

UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM

Gambaran Umum Provinsi Riau

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, Provinsi Riau 2023. Provinsi Riau merupakan salah satu provinsi di wilayah barat Indonesia yang terletak di Pulau Sumatera, dengan posisi strategis di pesisir timur yang berbatasan langsung dengan Selat Malaka. Letak geografis ini menjadikan Riau sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi, khususnya di sektor minyak dan gas bumi, perkebunan kelapa sawit, dan kehutanan. Secara administratif, Provinsi Riau terdiri dari 12 kabupaten/kota dengan ibu kota provinsi berada di Kota Pekanbaru. Luas wilayahnya mencapai $\pm 87.023,66 \text{ km}^2$ dan berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023, jumlah penduduk Riau mencapai lebih dari 6,6 juta jiwa. Karakteristik masyarakat Riau cukup heterogen, didominasi oleh suku Melayu, diikuti oleh suku Minangkabau, Jawa, Batak, dan Tionghoa, yang hidup berdampingan secara harmonis dan multikultural.

Dinamika politik di Riau cukup dinamis dengan tingkat partisipasi politik yang relatif tinggi dalam setiap penyelenggaraan pemilihan kepala daerah, baik pemilu legislatif maupun pemilihan kepala daerah. Riau juga menjadi daerah yang cukup kompetitif dalam kontestasi politik karena dominasi beberapa partai besar seperti Partai Golkar, PKB, PDIP, dan Gerindra. Tingginya partisipasi masyarakat dalam politik lokal turut memengaruhi strategi kampanye dan komunikasi politik para kandidat dalam pemilihan kepala daerah. Dalam konteks Pilkada 2024, latar belakang geografis, demografis, dan politik ini menjadi pertimbangan utama dalam menyusun strategi komunikasi politik yang tepat oleh pasangan calon Abdul Wahid-SF Hariyanto dalam membangun citra positif di tengah masyarakat Riau yang plural dan kritis terhadap isu-isu lokal maupun nasional (Badan Pusat Statistik. (2023), 2023).

Riau dikenal sebagai provinsi yang multikultural dengan komposisi penduduk yang terdiri dari berbagai suku bangsa seperti Melayu, Minangkabau, Batak, Jawa, dan Tionghoa. Berdasarkan data BPS tahun 2023, jumlah penduduk Riau mencapai lebih dari 6,6 juta jiwa. Kehidupan masyarakat Riau sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai adat Melayu yang kuat, namun tetap terbuka terhadap perbedaan budaya. Keragaman ini menciptakan dinamika sosial yang unik dan menjadi kekuatan dalam membangun partisipasi politik serta penerimaan terhadap kepemimpinan dari berbagai latar belakang (Soetomo, 2011). Dalam ranah politik lokal, Riau merupakan salah satu provinsi yang memiliki tingkat partisipasi pemilih yang cukup tinggi dalam setiap penyelenggaraan pemilu maupun pilkada. Sejumlah partai politik besar seperti Partai Golkar, PKB, Gerindra, dan PDI-P aktif

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.1 Profil Abdul Wahid-SF Hariyanto

4.1.1 Profil Abdul Wahid



Gambar 4. 1 Foto Abdul Wahid

Sumber: Media Center Riau

Abdul Wahid adalah seorang politikus dari Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), Abdul Wahid lahir pada 21 November 1980 di Anak Peria, Indragiri Hilir, Riau atau saat ini berusia 44 tahun. Dalam karier politik, Abdul Wahid duduk sebagai anggota DPRD Riau dari Fraksi PKB pada 2009-2014. Tahun 2014-2019, Abdul Wahid kembali mendapat amanah dan ditunjuk menjadi Ketua Fraksi PKB DPRD Riau pada 2014-2019.

Pendidikan formalnya ditempuh di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru, dengan latar belakang pendidikan Islam. Kiprah politiknya yang konsisten dan kedekatannya dengan basis pemilih di Riau menjadikannya sebagai salah satu tokoh muda yang diperhitungkan dalam perpolitikan daerah. Kariernya melompat jauh, pada 2019-2024 Abdul Wahid dipercaya masyarakat hingga duduk di DPR RI di Komisi XI. Bahkan, di situ Abdul Wahid dipercaya sebagai Wakil Ketua Badan Legislasi DPR RI. Pada tahun berikutnya, Abdul Wahid pun kembali terpilih sebagai anggota DPR RI periode 2024-2029. Namun

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Abdul Wahid memilih mundur dan maju sebagai calon Gubernur Riau bersama SF Haryanto.

4.2.2 Profil SF Haryanto



Gambar 4. 2 Foto SF Haryanto

Sumber: lezen.id

Sementara Sofyan Franyata Haryanto, atau yang lebih dikenal dengan SF Haryanto, lahir pada 30 April 1965 di Pekanbaru. SF Haryanto memulai kariernya dari pegawai honorer sejak 1983-1987 lalu. Selama 4 tahun SF meniti karier jadi honorer Dinas PU. Empat tahun mengabdi, SF Haryanto lalu diangkat pegawai negeri sipil (PNS) pada 1 November 1987. Saat itu SF diangkat dengan pangkat IKA atau Pengatur Muda. Nama SF perlahan telah menduduki jabatan sebagai Kepala Seksi di Dinas PU pada 28 Februari 2005. Tidak butuh waktu lama, SF bergeser lagi menjadi Kepala Bidang Bina Marga Dinas PU sejak 2008. Dua tahun kemudian SF mengikuti *assesment* dan menjabat jadi Kepala Dinas PUPR Riau sejak 2010-2014. April 2015-September 2016 kembali menduduki Kadis Pendapatan Daerah Riau. Setelah 1,5 tahun menjabat Kepala Dinas Pendapatan SF bergeser ke Kementerian PUPR menjadi Kepala Biro Perencanaan dan Kerjasama Lar Negeri.

Ia adalah seorang birokrat senior yang memiliki pengalaman panjang dalam pemerintahan Provinsi Riau. Sebelum mencalonkan diri sebagai Wakil Gubernur, ia menjabat sebagai Sekretaris Daerah Provinsi Riau sejak 2021 hingga 2024, dan sempat ditunjuk sebagai Penjabat Gubernur Riau dari Februari hingga Agustus 2024. Pengalaman birokrasi yang luas dan pemahaman mendalam terhadap administrasi pemerintahan menjadikannya sebagai figur yang tepat untuk mendampingi Abdul Wahid dalam kontestasi Pilkada Riau 2024.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Terbentuknya Pasangan Abdul Wahid-SF Hariyanto

Berdasarkan sumber berita oleh Redaksi-Bisnis.com (25 November 2024), Pasangan Abdul Wahid dan SF Hariyanto terbentuk melalui koalisi partai politik yang terdiri dari Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P), dan Partai NasDem. Senada dengan kutipan dari Kompas.com, Koalisi ini mengusung pasangan tersebut sebagai calon Gubernur dan Wakil Gubernur Riau pada Pilkada 2024. Kombinasi antara latar belakang politikus muda yang energik dan birokrat berpengalaman dianggap sebagai perpaduan yang ideal untuk memimpin Riau.



Gambar 4. 3 Pasangan Calon Gubernur Riau Abdul Wahid dan Calon Wakil Gubernur Riau SF Hariyanto

Sumber: Tim Pemenangan

Terbentuknya pasangan calon Abdul Wahid-SF Hariyanto diawali dari dinamika internal partai politik serta komunikasi lintas elite yang berlangsung sejak pertengahan tahun 2023. Abdul Wahid, yang merupakan kader Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) dan anggota DPR RI dari daerah pemilihan Riau, telah menunjukkan niat maju sebagai calon gubernur Riau dengan membangun konsolidasi politik di tingkat daerah. Dalam proses penjajakan tersebut, PKB berupaya membangun koalisi strategis dengan partai-partai lain, di antaranya Partai Gerindra, yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kemudian mengusulkan nama SF Hariyanto, seorang birokrat senior yang pernah menjabat Sekretaris Daerah Provinsi Riau, sebagai calon wakil gubernur. Pemilihan SF Hariyanto dianggap sebagai langkah untuk memadukan kekuatan politik dan birokrasi, serta mengakomodasi basis massa yang lebih luas, terutama dari kalangan ASN dan birokrasi daerah (KPU Provinsi Riau, 2024).

Dikutip dari laman RiauPos.co.2024. Pasangan Abdul Wahid dan SF Hariyanto secara resmi mendeklarasikan pencalonan mereka dalam Pemilihan Gubernur Riau tahun 2024 pada awal Maret 2024. Deklarasi ini diselenggarakan secara terbuka di Kota Pekanbaru dan dihadiri oleh ribuan simpatisan, relawan, tokoh masyarakat, serta perwakilan dari partai-partai pengusung. Dalam deklarasi tersebut, pasangan ini menegaskan visi-misi mereka untuk membangun Riau yang berdaya saing dan berkeadilan, serta menekankan pentingnya komunikasi terbuka dengan masyarakat dalam proses pembangunan daerah. Momen deklarasi ini sekaligus menjadi simbol penguatan identitas pasangan tersebut di hadapan publik, serta menjadi tonggak awal strategi komunikasi politik yang lebih masif dilakukan melalui media sosial, media massa, dan pertemuan langsung dengan masyarakat (RiauPos.co., 2024).

Pasca deklarasi, dukungan terhadap pasangan Abdul Wahid-SF Hariyanto mengalir dari berbagai tokoh masyarakat, ulama, tokoh adat Melayu, dan organisasi kemasyarakatan di Riau. Abdul Wahid, yang dikenal aktif di lingkungan pesantren dan memiliki latar belakang organisasi kepemudaan Islam seperti GP Ansor dan NU, memperoleh dukungan kuat dari basis nahdliyin. Di sisi lain, SF Hariyanto dengan rekam jejak birokrasi yang panjang, mampu merangkul kalangan ASN dan tokoh-tokoh pemerintahan daerah yang memiliki pengaruh struktural. Dukungan ini memberikan kekuatan moral dan politik dalam membangun citra sebagai pasangan yang merepresentasikan kombinasi pemimpin religius dan teknokratis, yang mampu menjalankan pemerintahan secara baik dan dekat dengan rakyat (Turhanuddin, 2022).

Memasuki tahap awal kampanye, strategi komunikasi politik yang diterapkan pasangan Abdul Wahid-SF Hariyanto difokuskan pada pembangunan citra positif dan pendekatan emosional kepada masyarakat. Tim pemenangan membentuk relawan media sosial dan posko di berbagai kabupaten/kota untuk menyebarluaskan pesan politik mereka, yang menekankan pada integritas, pengalaman, dan keterpaduan antara religiusitas dan profesionalisme birokrasi. Mereka memanfaatkan narasi keberpihakan kepada rakyat kecil, penguatan UMKM, dan peningkatan layanan publik sebagai isu utama dalam komunikasi politik mereka. Strategi ini sesuai dengan teori komunikasi politik McNair, di mana pencitraan politik, pesan simbolik, dan media memainkan peran penting dalam membentuk opini publik dan preferensi pemilih (McNair, 2011:22-25).

© Hak Cipta Mahasiswa Universitas Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Dalam kontestasi Pilkada Riau 2024 yang berlangsung pada 27 November 2024, pasangan Abdul Wahid-SF Hariyanto bersaing dengan dua pasangan calon lainnya: Muhammad Nasir-Muhammad Wardan dan Syamsuar-Mawardi Muhammad Saleh. Dalam pemilihan yang berlangsung pada 27 November 2024, pasangan ini berhasil meraih 1.224.193 suara atau 44,31% dari total suara sah, mengungguli dua pasangan calon lainnya. Kemenangan ini kemudian ditetapkan secara resmi oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Riau pada 9 Januari 2025. Dengan latar belakang yang saling melengkapi, pasangan Abdul Wahid dan SF Hariyanto diharapkan dapat membawa perubahan positif dan memajukan Provinsi Riau selama masa jabatan mereka.

Pasangan bermarawah ini terbentuk mencerminkan strategi politik yang menggabungkan kekuatan antara figur muda dengan latar belakang politik dan figur birokrat senior yang berpengalaman dalam pemerintahan. Kombinasi ini diharapkan dapat membawa perubahan positif dan kemajuan bagi Provinsi Riau selama masa jabatan mereka.

4.4 Visi dan Misi dan Program Prioritas Abdul Wahid-SF Hariyanto



Gambar 4. 4 Visi Misi Abdul Wahid-SF Hariyanto dan Program Prioritas

Sumber: Tim Pemenangan
UIN SUSKA RIAU

Dalam *flyer* Visi dan Misi Abdul Wahid-SF Hariyanto, tercantum lambang empat partai politik yang mengusung pasangan Bermarwah ini diantaranya Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P), Partai NasDem dan Partai Bulan Bintang (PBB).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.1 Visi dan Misi Abdul Wahid-SF Hariyanto

Visi dari pasangan Abdul Wahid-SF Hariyanto ini yaitu ‘Menjadikan Riau Berbudaya Melayu, Dinamis, Ekologis, Agamis dan Maju’.

Adapun Misinya dalam membangun Riau, yaitu:

Membangun manusia yang sehat berkualitas melalui pelayanan pendidikan dan kesehatan yang merata dan berkeadilan serta keberpihakan pada disabilitas dan kelompok marjinal.

Meningkatkan perekonomian dan daya saing dan kesejahteraan masyarakat melalui pemanfaatan sumber daya secara optimal dalam kerangka pembangunan yang berkelanjutan.

Memperkuat infrastruktur yang handal guna kemudahan akses, pelayanan masyarakat dan perekonomian serta peningkatan konektifitas antar wilayah.

Memerangi kemiskinan, pengangguran, dan kesenjangan antar masyarakat, wilayah serta menjaga keseimbangan dan pemerataan pembangunan.

5. Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik dan berintegritas serta pelayanan publik yang berkualitas dengan dukungan aparatur yang berkompeten dan profesional menuju world Class Government.
6. Memperkuat riset dan inovasi serta kerjasama pembangunan guna akselarasi capaian pembangunan melalui publik private partnership bersama antar daerah maupun kerjasama global.
7. Mewujudkan kebudayaan Melayu sebagai alat pemersatu dan perwujudan nilai-nilai kearifan lokal serta mendorong kehidupan bermasyarakat yang kondusif, aman, nyaman dan adil untuk semua.

2 Program Prioritas Abdul Wahid-SF Hariyanto

Riau Cerdas

- a. Pendidikan Gratis: SMA/SMK dan Madrasah, serta Dukungan Penguatan Pendidikan Dasar di Kabupaten/Kota.
- b. Beasiswa Pendidikan Sarjana S1, S2, S3 bagi Mahasiswa Berprestasi & Tenaga Pendidik.
- c. Peningkatan Kuantitas, Kualitas dan Kesejahteraan Tenaga Pendidik yang merata dan berkeadilan.
- d. Dukungan dan Kerjasama Universitas / Perguruan Tinggi.
- e. Beasiswa Pendidikan bagi Penyandang Disabilitas dan Kelompok Marjinal.
- f. Penguatan Pendidikan Moralitas dan Keagamaan.
- g. Dukungan Penguatan Pendidikan Anak Usia Dini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- h. Penguatan Sarana dan Prasarana Kependidikan, melalui Pembangunan Gedung Sekolah, Ruang Kelas Baru, Jalan Akses, Sarana Prasarana Mengajar dan Sarpras Lainnya secara Merata.
- i. Mendorong Peningkatan Program Pertukaran Mahasiswa/Pelajar, Magang Kerja dan Kerjasama Pendidikan Lintas Negara.

Riau Sehat

- a. Dukungan Penguatan Universal Health Coverage dan Peningkatan Jaminan Kesehatan Nasional di Provinsi Riau.
- b. Percepatan Penurunan Stunting Sejak Dini (Ibu Hamil dan Balita).
- c. Pencegahan Wasting (Gizi Buruk) melalui Dukungan Asupan Bergizi dan Sosialisasi Makanan Sehat dan Bergizi.
- d. Penguatan Sarana Prasarana dan Peningkatan Pelayanan Posyandu dan Rumah Sakit.
- e. Pencegahan dan Antisipasi Dini Penyebaran Wabah & Penyakit Menular.
- f. Peningkatan Jumlah dan Kompetensi Dokter dan Tenaga Medis, serta Distribusi yang merata.
- g. Penguatan dan Dukungan Dokter Spesialis serta Fasilitasi Puskesmas Mandiri.
- h. Penguatan Kerja Sama Kesehatan Lingkup Regional dan Global.
- i. Dukungan Pengembangan Rumah Sehat & Wisata Kesehatan.
- j. Gerakan Hidup Sehat melalui Pola Makan Bergizi dan Gemar Olahraga.
- k. Gerakan Masyarakat Bebas Judi, Narkoba dan Keluarga Bahagia.

Riau Mantap

- a. Pemekaran Wilayah Guna Akselerasi dan Pemerataan Pembangunan Daerah.
- b. Mendorong Ketahanan Energi serta Pemanfaatan Energi Berkelanjutan.
- c. Pembangunan TPST Regional untuk Pengelolaan Limbah yang berkelanjutan.
- d. Dukungan Penyelesaian Banjir Kabupaten/Kota.
- e. Peningkatan Penyediaan Air Bersih.
- f. Pembangunan Rumah Layak Huni dan Sanitasi.
- g. Peningkatan Infrastruktur Wilayah Pesisir dan Sentra-sentra Produksi.
- h. Kerjasama Daerah Pekansikawan, Siap, Bedelau dan Kerjasama Strategis Lainnya.
- i. Peningkatan Jalan Mantap Provinsi Riau, antara lain:
 - a) Pembangunan Jalan Shortcut Bagan-Pasir Pengaraian (Penyelesaian Jalan Dalu Dalu –Mahato)
 - b) Penyelesaian Jalan Dumai-Lb Gaung-Sinaboi

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c) Pembangunan Jalan Shortcut Pekanbaru–Tembilahan (Jalur Sorek-Teluk Meranti- Guntung)
 - d) Pembangunan Jalan Lb. Jambi–Sp Ibul–Sp Ifa–Pk Kasai
 - e) Dukungan Penyelesaian Outer Ring Road Metropolitan Pekanbaru
 - j. Pembangunan Islamic Centre Provinsi Riau.
 - k. Pembangunan Jembatan Sei Pakning–Bengkalis.
 - l. Pembangunan Fly Over Simpang Panam.
 - m. Relokasi Bandara SSQ II Pekanbaru § Pembangunan Jembatan Dumai –P. Rupat.
 - n. Pembangunan Kawasan Kantor Terpadu (Riau Tower).
 - o. Pembangunan Hotel Riau–SLIPI Jakarta.
 - p. Penyiapan Jalur Kereta Barang Penunjang Industri dan Perekonomian Masyarakat.
4. Riau Berdaya Saing
 - a. Hilirisasi Produk Pada Sektor- Sektor Unggulan.
 - b. Penguatan dan Pengembangan Kawasan Industri di Provinsi Riau.
 - c. Dukungan Pembangunan Pusat- Pusat Pertumbuhan Ekonomi.
 - d. Dukungan Pengembangan Potensi Unggulan di 12 Kab/Kota untuk Pemerataan dan Stimulus Pembangunan.
 - e. Peningkatan Ketahanan Pangan Daerah.
 - f. Reorientasi Pembangunan Sektor- Sektor Perekonomian, Pertanian, Perdagangan, Wisata, Industri dan Sektor Strategis Lainnya.
 - g. Peningkatan Daya Saing Daerah:
 - a) Bantuan Permodalan UMKM, Rp. 5 - 15 Juta / tahun (Total Rp. 50 Milyar dalam Periode 5 Tahun).
 - b) Penguatan Riset dan Inovasi Serta Pemanfaatan Teknologi Digital.
 - c) Penguatan Tata Kelola Pemerintahan Yang Professional dan Berintegritas.
 - d) Penguatan Kapasitas dan Kebijakan Fiskal Daerah yang Bertumpu Pada Kesejahteraan Masyarakat Dan Kemajuan Pembangunan.
 - e) Penguatan BUMD Khususnya di Sektor Migas,Pangan, Keuangan dan Sektor Strategis Lainnya Untuk Kemakmurhan Masyarakat.
 - f) Fasilitasi dan Dukungan Kenyamanan Serta Kemudahan Berinvestasi.
 - g) Dukungan Penguatan dan Permodalan Usaha Koperasi.
 - h) Pembangunan Smart Province, Pengembangan Public Private Partnership dan Kerjasama Antar Daerah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Riau Membangun Desa, Majukan Kota

- a. Fasilitasi dan Dukungan Penyelesaian Persoalan Sampah, Banjir dan Air Bersih
- b. Peningkatan Transportasi Publik di Perkotaan.
- c. Mendorong Pengembangan Kota Tematik Sesuai Potensi Daerah, seperti Kota Pendidikan, Kota Cerdas (Smart City), Kota Budaya, dan Lainnya.
- d. Bantuan Keuangan Desa untuk Memperkuat Infrastruktur, SDM dan Ekonomi Kerakyatan.
- e. Pembinaan dan Pemberdayaan Lembaga Desa.

Riau Sejahtera

- a. Peningkatan Pendapatan, Pertumbuhan Ekonomi, dan Pemerataan Pembangunan.
- b. Penurunan Kemiskinan Ekstrim dan Penurunan Angka Kemiskinan Daerah.
- c. Peningkatan Peluang Kerja dan Penurunan Angka Pengangguran.
- d. Pengembangan Jiwa Usaha / Entrepreneur dan Peningkatan Peluang Usaha di Masyarakat.
- e. Dukungan Peningkatan Kenyamanan, Keamanan, Toleransi dan Kesejahteraan Rakyat.

4.5 Posko Pemenangan sebagai Lokasi Penelitian

4.5.1 Letak Geografis dan Alamat Posko

Posko pemenangan pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Riau Abdul Wahid-SF Hariyanto terletak di Jalan Wonorejo, Kecamatan Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru. Lokasi ini dipilih karena berada di kawasan strategis yang mudah dijangkau oleh masyarakat dan relawan dari berbagai wilayah di Kota Pekanbaru maupun dari luar kota. Posko ini tidak hanya menjadi pusat aktivitas administrasi dan koordinasi tim pemenangan, tetapi juga menjadi simbol keberadaan pasangan calon dalam kontestasi Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Riau 2024. Lokasi ini dipilih berdasarkan pertimbangan aksesibilitas, kemudahan logistik, serta potensi interaksi dengan pemilih secara langsung. Menurut Sugiyono (2019), pemilihan lokasi penelitian yang strategis merupakan salah satu unsur penting untuk mendapatkan data yang akurat dan representatif dalam studi lapangan (Sugiyono, 2019:67).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.2 Letak Geografis dan Alamat Posko

Secara fungsional, posko pemenangan berperan sebagai pusat kendali seluruh aktivitas kampanye, komunikasi politik, serta pengorganisasian relawan. Di posko ini disusun berbagai strategi komunikasi politik seperti penyusunan materi kampanye, distribusi alat peraga, perencanaan kampanye tatap muka, serta pengelolaan media sosial. Posko juga menjadi tempat dilakukannya pelatihan bagi juru kampanye dan tim komunikasi lapangan. Kehadiran posko memberikan legitimasi bahwa pasangan calon memiliki kesiapan struktural dan tim dalam memenangkan kompetisi politik. Hal ini sejalan dengan pendapat Cangara (2009) yang menyebutkan bahwa keberhasilan komunikasi politik tidak lepas dari perencanaan strategis yang matang, termasuk infrastruktur kampanye seperti posko (Cangara, 2009:118-120).

4.3 Aktivitas Penelitian yang Dilakukan di Posko

Pada penelitian ini, posko pemenangan menjadi lokasi yang dipilih untuk menggali secara langsung strategi komunikasi politik pasangan Abdul Wahid–SF Hariyanto. Penelitian dilakukan melalui observasi kegiatan, wawancara mendalam dengan tim pemenangan, serta dokumentasi berbagai bentuk komunikasi politik yang dilakukan di posko tersebut. Keberadaan posko sebagai lokasi penelitian memberikan peneliti akses yang luas untuk memahami bagaimana pesan politik dibentuk, disampaikan, dan diterima oleh tim serta masyarakat. Creswell (2014) menekankan pentingnya memilih lokasi penelitian yang memungkinkan peneliti berinteraksi langsung dengan subjek dan objek studi untuk memperoleh data kontekstual yang kuat (Creswell, 2014:185).

4.4 Relevansi Lokasi terhadap Fokus Penelitian

Pemilihan posko pemenangan sebagai lokasi penelitian sangat relevan dengan fokus penelitian yang menelaah strategi komunikasi politik. Sebab di sinilah pusat pengambilan keputusan strategis dan taktis dalam menyusun serta mengeksekusi komunikasi politik berlangsung. Seluruh informasi yang berkaitan dengan pesan kampanye, target audiens, saluran komunikasi yang digunakan, dan respon publik, seluruhnya dapat ditelusuri dari aktivitas yang terjadi di posko ini. Oleh karena itu, lokasi ini sangat mendukung pengumpulan data yang valid terkait topik utama, yakni membangun citra positif pasangan calon. Dalam konteks studi komunikasi politik, lokasi seperti ini merupakan "sumber data primer" yang sangat kaya untuk diinterpretasikan secara kualitatif (McNair, 2011:35-38).

4.5 Dinamika Pilkada Riau 2024

Pilkada Riau 2024 berlangsung dalam suasana politik yang kompetitif dengan munculnya beberapa tokoh kuat yang mewakili beragam latar belakang politik, birokrasi, dan sosial keagamaan. Selain pasangan Abdul Wahid–SF Hariyanto, terdapat beberapa nama yang juga mencuat seperti mantan Gubernur Riau dan tokoh-tokoh partai besar seperti Golkar, PDIP, dan PAN. Persaingan antar kandidat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

- 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ditandai dengan upaya mereka dalam memperebutkan simpati pemilih melalui pendekatan simbolik, religius, dan kultural. Dalam konteks ini, pasangan Abdul Wahid-SF Hariyanto tampil dengan strategi komunikasi politik berbasis akar rumput dan pendekatan personal kepada kelompok-kelompok masyarakat kunci. Menurut McNair (2011), dinamika pemilihan kepala daerah seringkali memperlihatkan pertarungan pencitraan, bukan hanya program, sehingga komunikasi politik menjadi faktor penentu dalam kontestasi elektoral (McNair, 2011:24-26).

Media sosial memainkan peranan penting dalam dinamika Pilkada Riau 2024. Tantangan kampanye para kandidat, termasuk pasangan Abdul Wahid-SF Hariyanto, secara aktif memanfaatkan platform seperti Facebook, Instagram, dan TikTok untuk menyampaikan pesan politik, memperkuat citra, serta membentuk opini publik. Media massa lokal juga turut berperan dalam membingkai narasi kampanye para kandidat, baik dalam bentuk pemberitaan positif maupun kritik. Dalam kerangka teori komunikasi politik, media berfungsi sebagai saluran utama dalam mentransmisikan pesan politik kepada publik secara luas dan cepat. Sebagaimana dikemukakan oleh Cangara (2009), media memiliki fungsi sebagai penghubung antara aktor politik dengan masyarakat, sekaligus sebagai arena pertarungan wacana antar kandidat (Cangara, 2009:91-93).

Dinamika Pilkada Riau 2024 juga ditandai dengan munculnya polarisasi di kalangan pemilih, terutama terkait isu etnisitas, agama, dan preferensi politik masa lalu. Dalam beberapa survei awal yang beredar, terlihat adanya keterbelahan dukungan antara kandidat berbasis agama tertentu, kelompok etnis lokal, serta dukungan dari partai nasionalis. Abdul Wahid, yang memiliki basis di kalangan Melayu dan komunitas pesantren, dipandang sebagai representasi politik Islam moderat, sedangkan SF Hariyanto dengan latar belakang birokrasi memberikan kesan profesionalisme teknokratik. Kombinasi ini digunakan untuk menjangkau spektrum pemilih yang lebih luas. Menurut Liddle dan Mujani (2007), polarisasi pemilih dalam Pilkada sering terjadi akibat perbedaan identitas sosial dan persepsi atas kepemimpinan masa lalu (Liddle, R. William & Mujani, 2007: 832–857).

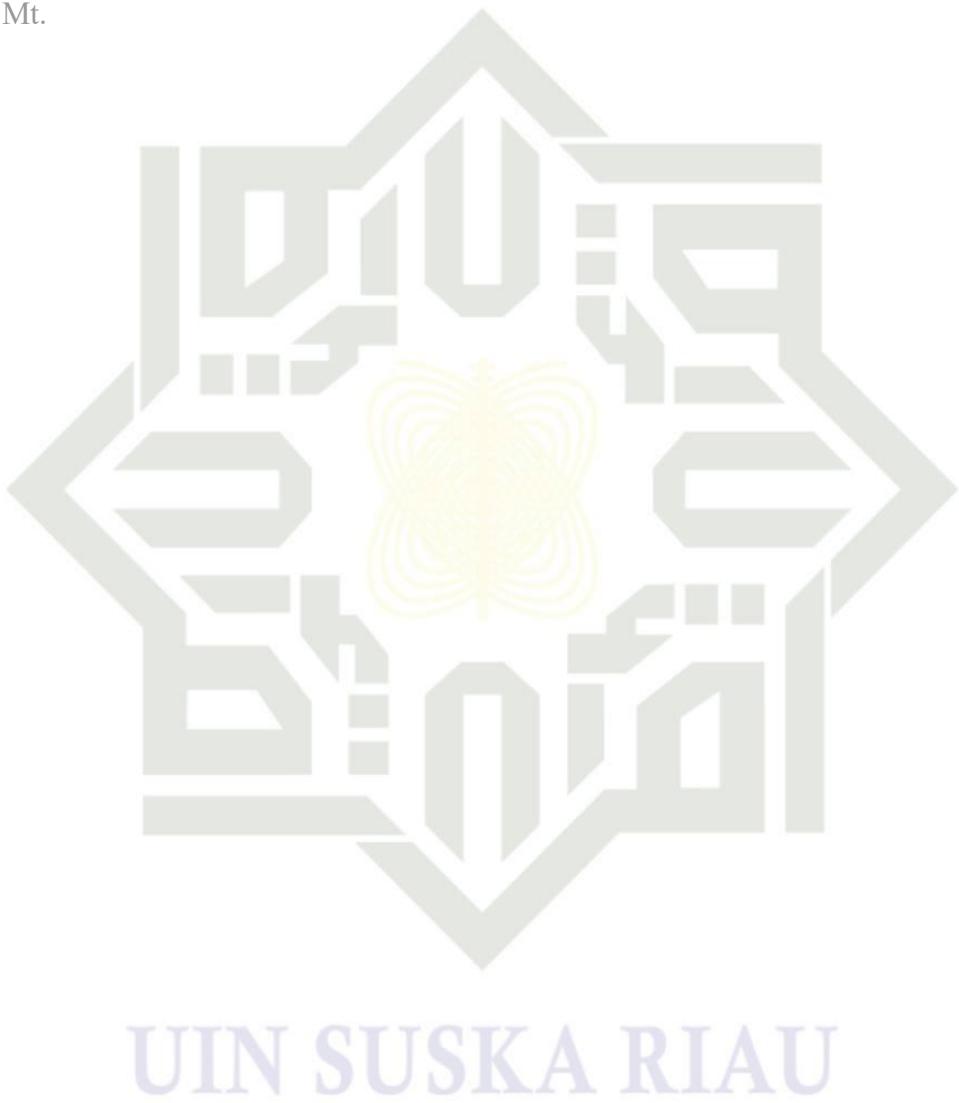
Tokoh-tokoh lokal dan organisasi masyarakat memainkan peran signifikan dalam dinamika Pilkada, khususnya di wilayah Riau yang memiliki struktur sosial yang kental dengan patronase dan budaya kolektif. Pasangan Abdul Wahid-SF Hariyanto secara aktif melakukan pendekatan kepada tokoh adat, ulama, pimpinan omas, dan kelompok pemuda sebagai strategi konsolidasi sosial-politik. Dukungan yang datang dari tokoh-tokoh tersebut menjadi penting untuk menggerakkan mesin politik di tingkat bawah serta membangun kepercayaan publik. Hal ini sesuai dengan pandangan Putnam (1993) bahwa keterlibatan masyarakat sipil dan jaringan sosial lokal berpengaruh kuat terhadap keberhasilan komunikasi politik dalam sebuah kontestasi demokratis (Putnam, 1993:163).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Struktur Tim Kampanye

Berdasarkan Surat Keputusan (SK) Calon Gubernur dan Calon Wakil Gubernur Riau Nomor : 01/AW-SFH/SK/PILGUB/VIII/2024 tentang: Struktur Tim Koalisi Bermarwah (Tkb) Provinsi Riau Pemenangan Calon Gubernur / Calon Wakil Gubernur Provinsi Riau Periode 2024 - 2029 H. Abdul Wahid, M.Si - Ir. H. Syaiful Haryanto, Mt.





© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 1 ;
 Surat Keputusan Calon Gubernur dan Calon Wakil Gubernur Riau
 Nomor : 01/AW-SFH/SK/PILGUB/VIII/2024 tentang;

STRUKTUR TIM KOALISI BERMARWAH (TKB) PROVINSI RIAU
 PEMENANGAN CALON GUBERNUR / CALON WAKIL GUBERNUR
 PROVINSI RIAU PERIODE 2024 - 2029
 H. ABDUL WAHID, M.Si - Ir. H. SF. HARIYANTO, MT

JABATAN	NO	NAMA
DEWAN PEMBINA	1	H. ZUKRI, SE
	2	H. ASWANDI, SE
	3	HJ. DEWI JULIANI, SH
	4	HJ. SITI AISYAH, SH
	5	HJ. KASMARNI, S.SOS. MMP
	6	WILLY ADITYA
	7	ISKANDAR HOESIN, MH
	8	ILYAS HU
	9	KH. ABDURRAHMAN QAHRUDIN
	10	K.H ABU YAZID
	11	H. M. YUSUF SIKUMBANG
	12	H. SUPRIANTO
	13	KYAI M. NASHIR
DEWAN PENASEHAT	1	H. SURYADI KHUSAINI
	2	IR. EFFENDI SIANIPAR
	3	H. HOTMAN E MANURUNG
	4	DR. ZAINAL ABIDIN
	5	MARSIAMAN SARAGIH
	6	SAID ISMAIL
	7	EDI SATRIA
	8	DIDIK RYANTO, S.PD.,M.PD
	9	MAWARDI, S.AG
	10	FIRDAUS, S.AG
	11	IR. H YULIOS KAHAR
	12	HASNITA
	13	DRS. YUSRO ABRAR
DEWAN PENGARAH	1	KAPITRA AMPERA, SH.,MH
	2	IYAN P'SIAGIAN, SH
	3	SYAFARUDDIN POTI, SH., MM
	4	MANAHARA MANURUNG
	5	DR. HENDRO SUSANTO
	6	ZUNIZAR HASAN

Alamat : Jl. OK. M. Jamil, Block A No. 2,3,4 Kelurahan Simpang Tiga, Kecamatan Bukit Raya, Kota Pekanbaru

UIN SUSKA RIAU



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7	HJ. HASLINAR
8	AMRIL
9	AHMAD FADLI
10	MAHLIL ZUFIL, S.AG
11	DRS. MUKHLIS
12	ERMA SARI LUBIS, ST
13	MASYITA, S.AG
14	HJ. ADRIAS, S.PD
15	H. ADINIS
DEWAN PAKAR	
1	AMRIL MUKMININ
2	DR. H. M. YAFIZ
3	PROF. DR. YUSMAR YUSUF
4	KORDIAS PASARIBU, SH.,MH
5	UST. DR. SUWANDI
6	H. YOPI ARIANTO, SE
7	RUDY SINAGA
8	VICTOR YONATHAN
9	DR. H.M. RAMLI WALID
10	DEHOTMAN ELVY, M.KN
11	H. RENDRAS SUDARSO, M.KES
12	ABDUL SYARIF, S.H.,M.H
13	AGUS SALIM, S.KEP., M.SI
TIM PEMERANGAN :	
KETUA UMUM	
1	KADERISMANTO
WAKIL KETUA UMUM	
1	MA'MUN SOLIKHIN, MA
2	DEDI HARIANTO LUBIS, SH
3	IDA BAGIAWATI RACHMAN, S.H
4	ADE AGUS HARTANTO, M.Si
5	SYUARDI DT MALANO
6	HJ. FARIDA H. SAAD, SE
7	YURJANI MOGA
8	DANI M NURSALAM, M.Si
9	Ir. SUYATNO
10	MUHAMMAD DUNIR, MM
11	KASIR,ST
12	ARFIZAL ANWAR, SE
13	H. MUHAMMAD SALTUT, MA
14	Ir. PITER H MARPAUNG
SEKRETARIS UMUM	
1	ABU BAKAR SIDDIK, S.Si
WAKIL SEKRETARIS UMUM	
1	ASNALDI, S.PD.I.,MM
2	TEKAD INDRA PRADANA, ST.,M.ENG
3	SATRIA MANDALA PUTRA, S.Si
4	RIDHA MAULANA M
5	YUSSAFAT RENDRA
6	BAIHAKKI NADIR

Alamat : Jl. OK. M. Jamil, Block A No. 2,3,4 Kelurahan Simpang Tiga, Kecamatan Bukit Raya, Kota Pekanbaru



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7	ZAINAL ABIDIN
8	KURNIAWAN SAPUTRA
9	RIZQI WINDRA, M.Pd (KEPALA SEKRETRIAT KOALISI)
10	ZUL AZHAR, S.Pi
11	TAUFIQUL
BENDAHARA UMUM	
WAKIL BENDAHARA UMUM	
1	MARJANI
2	SUYADI, SP
3	EVA NILLA JUWITA
4	EFENDI, S.Pi
DIVISI ISU STRATEGIS & PROPAGANDA	
KOORDINATOR	INDRA IRIANTO
ANGGOTA	1 HEDRIK PANGARIBUAN, SH 2 RUDINAL BATUBARA, SH 3 ADY KUSWANTO 4 SUBUR RATNO, SH 5 MULIA DAHRI, M.Si 6 H. YUSFAR, SH,MH 7 FERY, SH 8 HAMBALI 9 RAMA I SONGGAN, S.Sos 10 CHANDRA SAPTA 11 ZULFAN HAFIZ 12 ZULFAN EFENDI 13 DRS. RAMADHANUS, M.Si
DIVISI KAMPANYE DAN KOMUNIKASI	
KOORDINATOR	MISLIADI, S.HI, MM.
ANGGOTA	1 RUSLAN TARIGAN, S.Pd., SH, MH 2 BAMBANG NURDIANYAH 3 NOVI DARMA PUTRI, SE 4 TATA MAULANA, SH 5 ABU BAKAR, S.PI 6 ISKANDAR ZULKARNAIN, S. HI 7 WULAN PERMATA SARI 8 TOURECHAN ANSHARI 9 T. GANGGA LAKSAMANA 10 HEFLIN LAZUARDI 11 ZUNIZAR HASAN
DIVISI PENGGALANGAN RELAWAN & MASSA	
KOORDINATOR	H. SUGENG PRANOTO
ANGGOTA	1 DARWIN H P PANGARIBUAN, SH 2 RAJA FERZA FAHLEVI 3 EVI,SH 4 ZULFAN EFENDI, SE

Alamat : Jl. OK. M. Jamil, Block A No. 2,3,4 Kelurahan Simpang Tiga, Kecamatan Bukit Raya, Kota Pekanbaru



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5	SUTIPNO
6	DEBI SYANAPI, ST
7	ANGGA WAHYU PRATAMA
8	KURNIAL ILAHI
9	ADITYA
10	JUITA SIHOMBING
11	BIMA IKRAM
12	ROTASDI, S.Pd.I
DIVISI HUKUM & ADVOKASI	
KOORDINATOR	MEGAWATI MATONDANG, SH
ANGGOTA	1 TANDA PERDAMAIAN, SH 2 IWANDI, SH.,MH 3 RIDHO, SH 4 TEGUH INDARMAJI, SH 5 DARLIS, SH 6 FERY SAPMA, SH 7 SATRIA, SH 8 KAMAL LAHAMID, SH 9 ABU BAKAR SIDIK, SH.,MH 10 JAMADI, SH 11 HASAN BASRI, SH.,MH 12 YOLIS DUHADI, SH.,MH
DIVISI SAKSI & PENGAMANAN DATA	
KOORDINATOR	IRWAN SAPUTRA
ANGGOTA	1 Dra. NINING VIVERIANI 2 RIKMAL HADI 3 REGI OKTRISNO 4 ANDRE GUNAWAN 5 DODI AFRIANTO 6 INDRA NOVERI 7 DIANA 8 YESI HAIRIAN WENDA, S.KOM 9 ENDROX 10 RIDHO NASDEM 11 MISTER, S.Sos
DIVISI PENGALANGAN PEMILIH PEMULA	
KOORDINATOR	FUAD SANTOSO, SH.,MH
ANGGOTA	1 YON ELFI, SE,MM 2 M. ALGA VICKY AZMI 3 MAMPE ROTUA 4 LUTFI AKMAL 5 JAMES FAJRI 6 NUR ADMII AKTOPAN 7 ADITYA PERMANA 8 MHD AIDIL ZIKRI

Alamat : Jl. OK. M. Jamil, Block A No. 2,3,4 Kelurahan Simpang Tiga, Kecamatan Bukit Raya, Kota Pekanbaru



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9	RIZA RAMLAN
10	IR. DAHLIANI LAHAMID
11	IIS AISYAH SHOLIHATI, S.Pd
DIVISI PEREMPUAN & KELOMPOK KHUSUS	
KOORDINATOR	KARSINEM, S.PD.,M.PD
ANGGOTA	1 SONIWATI, SH 2 EVI NURDIN 3 DIAN WAHYUNI 4 HJ. JUNIWARTI 5 AYU IRMA YESSI 6 LINDAWATI 7 MUNIRA 8 DESSY 9 MISNAWATI 10 NURUL KHOLIFAH 11 DENIK SUWANTI 12 RIANA HERAWATI 13 MISRA SUSANTI 14 DRA. NIZMA HANUM
DIVISI LOGistik & APK	
KOORDINATOR	ANDI DARMA TAUFIK, S. KEP
ANGGOTA	1 JEKI, SE, MM 2 RUDI EKMAL 3 ALI RAHMAD HARAHAP 4 M. ABDUL AL MANIK 5 RAPII 6 USAINI 7 JIBRIZAL 8 AZIZ 9 SYAFRIZAL 10 ADE FRANSISKA 11 SYAFRIADIN
DIVISI MEDIA, KONTEN KREATOR & PUBLIKASI	
KOORDINATOR	ALBERT SUSANTO, SP
ANGGOTA	1 ZULKARDI 2 NOPRI NANDA 3 RIKMAL 4 FITRA ASRIRAMA 5 FERRY 6 MUHAMMAD ARROYAN 7 AKMAL FAUZAN 8 AMRIAYADI 9 AL HUDA 10 ABDUL FATAH 11 Ir. ELHAMI

Alamat : Jl. OK. M. Jamil, Block A No. 2,3,4 Kelurahan Simpang Tiga, Kecamatan Bukit Raya, Kota Pekanbaru



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	12	ABDUL HAFIZ
	13	FEBRIAN ANJA
DIVISI MONITORING KABUPATEN / KOTA		
KOTA PEKANBARU	1	ABU BAKAR
	2	MUNAWAR
	3	BENI MAULANA
KABUPATEN KAMPAR	1	AFIFUDIN
	2	EFRINALDI
	3	H. RIFAI
KABUPATEN ROKAN HULU	1	HARDI CHANDRA
	2	HASBI ASSHODIQI
	3	APRIZAL ANWAR (PITCAN)
KABUPATEN ROKAN HILIR	1	RAHMAT HARAHAP
	2	ABU KHOIRI
	3	SUNARDI PBB
KOTA DUMAI	1	FARIDA A SA'AD
	2	RIZA RAMLAN
	3	ALGA VICKY AL AZMI
KABUPATEN BENGKALIS	1	SOFYAN
	2	H. MAWARDI PBB
	3	ISKANDAR ZULKARNAIN
KABUPATEN KEP. MERANTI	1	TENGKU MUHAZZA
	2	PANDU MA'AN SIREGAR
	3	SUSANTO SUDARMO
KABUPATEN SIAK	1	PITER H MAPAUNG
	2	MUHTAROM
	3	H. AJMAR JAIDI
KABUPATEN PELALAWAN	1	TENGKU AZRI WARDI
	2	YUSARWAL
	3	SELLA PITALOKA, S.AP
KABUPATEN INDRAGIRI HULU	1	DODI NEFELDI SPBU
	2	DANIEL EKA PERDANA
	3	DODI PKB
KABUPATEN INHIL	1	DR. H. MARIANTO
	2	SITI AISYAH
	3	ASNAWI
KABUPATEN KUANSING	1	MUHAMMAD DUNIR
	2	GUSFIYANDA
	3	SAHARDI
DIVISI KEAMANAN DAN KESEHATAN		
KOORDINATOR		KOMANDAN SATGAS GARDA BANGSA
ANGGOTA	1	KOMANDAN DAN ANGGOTA SATGAS CAKRA BUANA
	2	KOMANDAN DAN ANGGOTA SATGAS BARET BRIGES

Alamat : Jl. OK. M. Jamil, Block A No. 2,3,4 Kelurahan Simpang Tiga, Kecamatan Bukit Raya, Kota Pekanbaru



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LO DAN PROTOKOLER PASLON	
1	ASNALDI, S.Pd.I,MM
2	MUHAMMAD DUNIR, S.Ag.,MM
3	RIDHA MAULANA M (PROTOKOLER)
4	DAHRI ISKANDAR (PROTOKOLER)

Ditetapkan di : Pekanbaru
Rabu, 28 Agustus 2024



UIN SUSKA RIAU

Alamat : Jl. OK. M. Jamil, Blok A No. 2,3,4 Kelurahan Simpang Tiga, Kecamatan Bukit Raya, Kota Pekanbaru

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi politik pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Riau Abdul Wahid-SF Hariyanto, dalam upaya memenangkan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Provinsi Riau tahun 2024. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang dijalankan oleh pasangan ini disancang secara sistematis, terencana, dan menyentuh langsung kebutuhan serta karakteristik masyarakat Riau. Strategi tersebut mencakup peran komunikator politik, isi pesan yang disampaikan, media atau saluran komunikasi yang digunakan, target audiens, serta dampak strategi yang ditimbulkan dalam membentuk opini dan dukungan publik. Abdul Wahid berperan aktif sebagai komunikator politik yang tidak hanya menyampaikan visi dan program, tetapi juga terlibat langsung dalam penyusunan pesan dan pendekatan komunikasi. Pesan politik yang diusung dalam kampanye bertema “Bermarwah” berhasil menyampaikan nilai-nilai kultural dan moralitas lokal yang dekat dengan masyarakat Riau. Pesan tersebut dikemas dalam bentuk narasi yang sederhana dan menyentuh berbagai segmen audiens, dari pemilih muda hingga masyarakat pedesaan.

Pesan politik yang diusung pasangan Abdul Wahid-SF Hariyanto dirumuskan dalam slogan “Bermarwah” yang mengandung nilai-nilai lokal, religius, dan kultural khas masyarakat Riau. Pesan tersebut dituangkan dalam visi, misi, dan delapan program unggulan seperti “Riau Cerdas”, “Riau Sehat”, “Riau Sejahtera”, dan “Riau Religius”. Keseluruhan pesan politik disampaikan dalam bahasa yang sederhana, komunikatif, dan disesuaikan dengan segmentasi pemilih. Pesan-pesan ini kemudian dikemas dalam berbagai bentuk seperti brosur, talk show publik, kampanye digital, dan kampanye lapangan.

Dalam hal media komunikasi, strategi ini menggabungkan media digital (seperti Instagram, Facebook, TikTok) dan kampanye tatap muka di lapangan, termasuk dialog terbuka dan kunjungan ke daerah-daerah pelosok. Pendekatan media ini dinilai sesuai dalam menjangkau berbagai kelompok pemilih secara langsung maupun tidak langsung. Hasilnya, kampanye ini mendapatkan respons positif dari masyarakat, sebagaimana tercermin dari hasil survei LSI yang menunjukkan bahwa pasangan Abdul Wahid-SF Hariyanto memperoleh elektabilitas tertinggi menjelang hari pemilihan, yakni sebesar 45,5%.

Melalui pendekatan yang berbasis pada pemahaman mendalam terhadap karakteristik audiens, pasangan ini berhasil membangun hubungan yang kuat dan berkesinambungan dengan masyarakat. Penggunaan media sosial dan komunikasi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

takap muka menjadi kunci dalam menyampaikan pesan-pesan politik yang baik dan mudah dipahami. Dengan menekankan nilai-nilai lokal dan keterlibatan langsung, Abdul Wahid-SF Hariyanto menciptakan citra sebagai pemimpin yang merakyat dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

Dapat disimpulkan bahwa keberhasilan strategi komunikasi politik Abdul Wahid-SF Hariyanto dalam Pilkada Riau 2024 bukan hanya ditentukan oleh kekuatan partai pendukung, tetapi lebih pada kemampuan pasangan calon dalam membangun komunikasi yang sesuai, responsif, dan menyentuh secara emosional. Strategi ini menjadi representasi dari pelaksanaan teori komunikasi politik yang mencakup elemen komunikator, pesan, media, audiens, dan pengaruh. Hal tersebut membuktikan bahwa keberhasilan dalam politik elektoral saat ini sangat ditentukan oleh seberapa kuat dan tepat strategi komunikasi yang dijalankan. Hasil survei menunjukkan dukungan yang signifikan terhadap pasangan ini, mencerminkan keberhasilan strategi komunikasi yang terukur dan inklusif. Secara keseluruhan, pendekatan yang holistik dan adaptif ini menjadi model yang dapat diikuti oleh calon pemimpin lainnya dalam konteks politik lokal.

6.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis telah menyimpulkan beberapa hal yang dapat menjadi saran yang bermanfaat bagi peneliti selanjutnya

1. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah kepustakaan dalam penelitian kualitatif pada program studi Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau, khususnya dalam analisis strategi komunikasi politik dan dapat berperan serta dalam penelitian berikutnya untuk dapat dikembangkan lebih lanjut. Memanfaatkan berbagai platform media sosial untuk menjangkau pemilih muda dan memperkuat interaksi dengan audiens, terutama melalui konten yang kreatif dan menarik.

Diharapkan penelitian ini dapat menjadikan rujukan untuk hasilnya dapat menjadi acuan bagi kandidat politik, konsultan komunikasi, serta pemangku kepentingan lainnya dalam merumuskan strategi komunikasi politik yang tepat dan adaptif terhadap dinamika sosial politik lokal.

Melakukan evaluasi rutin terhadap strategi komunikasi untuk memantau sejauh mana pesan dan menyesuaikan pendekatan dengan umpan balik masyarakat serta perubahan situasi politik.

Meningkatkan keterlibatan dengan komunitas lokal melalui program-program yang langsung menyentuh kebutuhan mereka, seperti dialog publik dan kegiatan sosial.

Mengadakan program edukasi politik untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai isu-isu penting, sehingga pemilih dapat mengambil keputusan yang lebih informasional.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

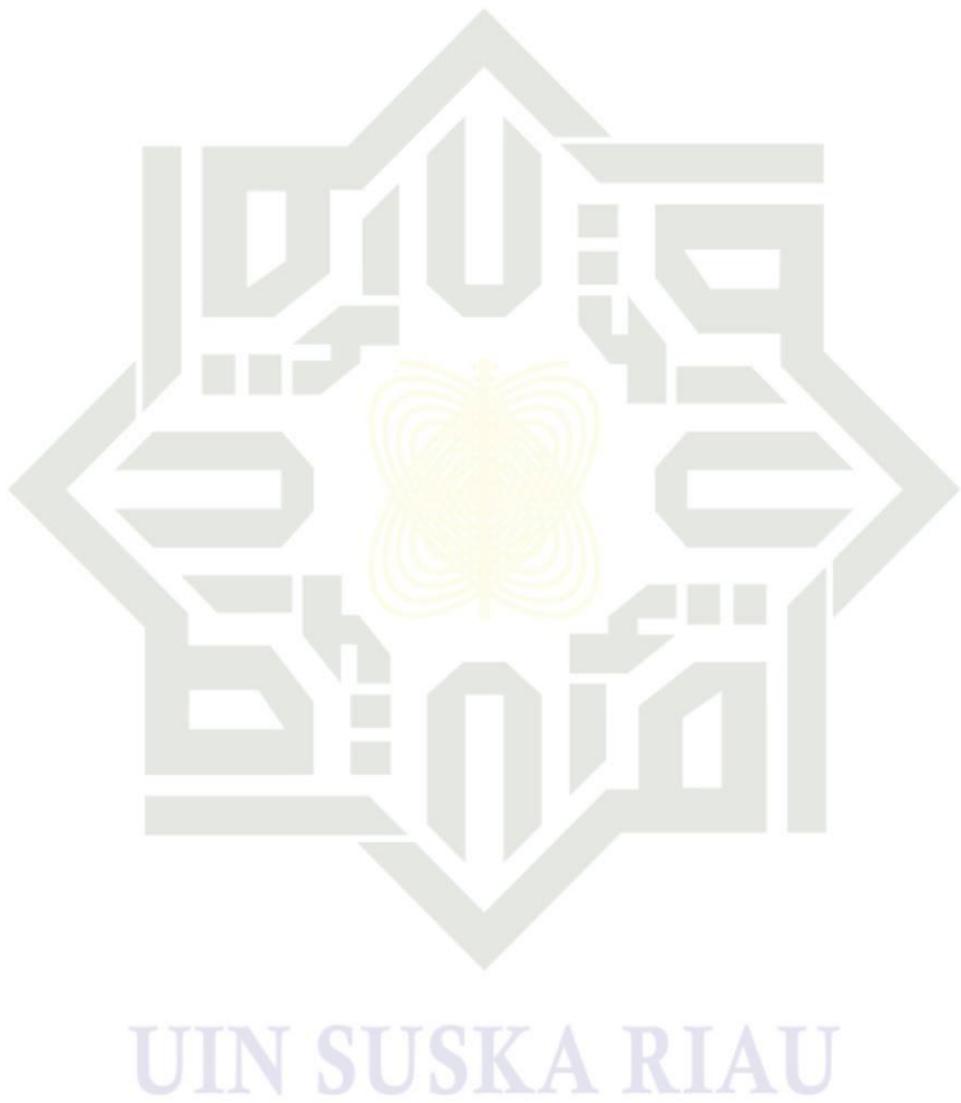
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Mengembangkan konten yang lebih bervariasi, termasuk infografis, video interaktif, dan materi edukatif, untuk menarik perhatian audiens yang lebih luas dan meningkatkan daya tarik kampanye.

Secara aktif mencari dan menganalisis umpan balik dari masyarakat untuk memahami persepsi mereka terhadap program yang ditawarkan dan melakukan penyesuaian yang diperlukan.



DAFTAR PUSTAKA

- Alvin, S. (2020). Strategi Komunikasi Politik Juru Bicara Wakil Presiden 2014-2019 sebagai Humas Pemerintah. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 43–62. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i1.6031>
- Anirizal, Dedi, D. (2018). *Penanggulangan Golput dalam Pelaksanaan PEMILU Legislatif dan Pilkada*.
- Anastasya Supriyadi, M., & Nurdin, N. (2024). Political Communication Strategy in Building Party Image Ahead of the 2024 Legislative Election (Case study of DPD Golkar Party DKI Jakarta). *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik*, 14(1), 267. <https://doi.org/10.26858/jiap.v14i1.63843>
- Andamisari, D. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Politik Yang Efektif Dalam Mencapai Tujuan Politik. *Jurnal Reformasi Administrasi: Jurnal Ilmiah untuk Mewujudkan Masyarakat Madani*, 11(1), 56–62.
- Arifin, A. (2011). *Komunikasi Politik: Filsafat – Paradigma – Teori – Tujuan – Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. GRAHA ILMU.
- Badan Pusat Statistik. (2023). (2023). *Provinsi Riau dalam Angka 2023*. BPS Provinsi Riau.
- Bernays, E. L. (1955). *Crystallizing Public Opinion*. 1923.
- Burhanuddin, D. (2022). Peta Politik dan Dinamika Elektoral di Riau. In *Riau Academic Press*. Riau Academic Press.
- Gingara, H. (2009). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Rajawali Pers.
- Gingara, H. (2014). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Rajawali Pers.
- Combs, J. E. dan D. N. (1993). *The Political Pundits*. Praeger.
- Geswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE PUBLICATIONS INC 2455
- Geswell, J. W. (2016). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE PUBLICATIONS INC 2455
- Dani, F. W. (2019). Komunikasi Politik Berbasis Politik Identitas Dalam Kampanye Pilkada. *Metacommunication: Journal of Communication Studies*, 4(1), 143. <https://doi.org/10.20527/mc.v4i1.6360>
- Esfandy, O. U. (2004). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Citra Aditya Bakti.
- Faz, A., Alfikri, S., Islam, U., Maulana, N., & Ibrahim, M. (2024). *ISTINBATH HUKUM TERHADAP FENOMENA BUZZER*. 2(2), 1–21.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Febriansyah, P. S., Aromatika, D., & Koeswara, H. (2023). *Societas: Jurnal Ilmu Administrasi dan Sosial*. *Ilmu Administrasi dan Sosial*, 12(1), 42–50.
- fitmanzah. (2012). *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Yayasan Obor Indonesia.
- Hadrizall, & Hamdan M. Salleh. (2022). Bentuk Strategi Komunikasi Politik Pemilihan Gubernur Riau : Kasus Kemenangan Syamsuar Dan Edy Nasution Tahun 2018. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 11(2), 69–77. <https://doi.org/10.30606/cano.v11i2.1651>
- Hafid, H., Jannah, S. R., & Jauhari, M. (2024). Strategi Komunikasi Politik “Nyantri” Prabowo Subianto dalam Memenangkan Pilpres 2024. *Jurnal Riset Komunikasi*, 7, 262–277. <https://www.jurnalrisetkomunikasi.org/index.php/jrk/article/view/1041%0Ah> <https://www.jurnalrisetkomunikasi.org/index.php/jrk/article/download/1041/197>
- Karimalla, H., & Fajarini, S. D. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Politik Partai Solidaritas Indonesia Dalam Membangun Citra Partai Politik Pada Segmentasi Generasi Milenial Di Propinsi Bengkulu. *J-Sikom*, 2(2), 33–43. <https://doi.org/10.36085/v2i2.3078>
- Khairunnisa, & Nugroho, C. (2024). Political Communication Strategy of The General Election Supervisory Agency of Karimun District in Legislative & Presidential Election in 2024. *Indonesian Journal of Social Science Research*, 5(1), 358–364. <https://doi.org/10.11594/ijssr.05.01.32>
- KPU Provinsi Riau. (2024). *Tahapan Pemilihan Gubernur Riau 2024*.
- Liddle, R. William & Mujani, S. (2007). Leadership, Party, and Religion: Explaining Voting Behavior in Indonesia. *Comparative Political Studies*, 40(7), 832–857.
- Lippman. (2022). *Public Opinion* (Vol. 16, Nomor 1).
- Mansyur Situmorang, I. S., Ginting, E. A., & Agung. (2024). *STRATEGI KOMUNIKASI PARTAI POLITIK PDIP SUMUT DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN PEMILIH PADA PEMILIHAN UMUM LEGISLATIF TAHUN 2024*.
- Mardhiah, A., Puspasari, C., Anismar, & Mulyadi. (2022). Party Political Communication Strategies in Political Image of Women Politicians. *Proceedings of the 2nd International Conference on Social Science, Political Science, and Humanities (ICoSPOLHUM 2021)*, 648(ICoSPOLHUM 2021), 290–295. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220302.043>
- McNair, B. (2011). *An Introduction to Political Communication* (5th ed.). Routledge.
- McNair, B. (2017). An Introduction to Political Communication. In 6th Ed (6th

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- © Hak Cipta milik UIN Suska Riau
- Editio, hal. hal 4). Routledge.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory (6th ed.)* (6th ed.). SAGE PUBLICATIONS INC 2455
- Miles, M. B. dan A. M. H. (1994). *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methods*. SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT REMAJA ROSDAKARYA - BANDUNG.
- Mulyana, D. (2012). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Nimmo, D., & Sanders, K. R. (1981). *Handbook of Political Communication*. SAGE Publications.
- Nimmo, D. (1978). *Political Communication and Public Opinion in America*. Goodyear Publishing.
- Nimmo, D. (2001). *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*. Rajawali Pers.
- Nimmo, D. (2005). *Political Communication and Public Opinion in America*. Longman.
- Onong Uchjana Effendy. (2006). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management, Edisi 15 (5 ed.)*. Pearson Education Limited.
- Petrwaningtyas, R. (2022). Strategi Komunikasi Politik dalam Pemilu Gubernur. *Jurnal Komunikasi Politik Indonesia*, 7(1), 1–15.
- Pitnam, R. D. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton University Press.
- Rangkuti F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rasyid, H. Al. (2007). *Geografi Politik dan Geopolitik*. Grasindo.
- RiauPos.co. (2024). “*Abdul Wahid dan SF Haryanto Resmi Deklarasi*.”
- Rifal Padilah, Agus Rahmat, & Nugraha, A. R. N. (2023). Strategi Media Relations Konsultan Public Relations Dalam Membentuk Brand Image Klien. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 192–215. <https://doi.org/10.21009/comm.1102.03>
- Sari, M. (2014). Citra Politik dan Perilaku Pemilih. *Jurnal Komunikasi Politik Indonesia*, 6(2), 65.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Soetomo. (2011). *Pembangunan Masyarakat: Mengembangkan Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Pustaka Pelajar.
- Sugianto. (2016). *Komunikasi Politik* (1 ed.). Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi 25)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- TFTI, A. (2023). Strategi Komunikasi Politik Pasangan Calon Bupati Danwakil Bupati Paket Sn-Kt Dalam Memenangkan Pemilihan Kepala Daerah Serentak2020 Di Kabupaten Malaka. *Jurnal Poros Politik*, 5(1), 24–32. <https://doi.org/10.32938/jpp.v5i1.1507>
- Towner, Terri J., & D. A. D. (2011). New Media and Political Marketing in the United States: 2010 Midterm Election Coverage on Facebook. *Journal of Political Marketing*, 10(1), 165.
- Triwicaksono, Y. D. B. B., & Nugroho, A. (2021). Strategi Komunikasi Politik Pemenangan Kepala Daerah. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(1), 133–145. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i1.2037>
- Wahyuni, S., Darmawan, B., & Yulinda, F. (2022). Segmentasi dan Preferensi Pemilih Muda di Pemilu Daerah: Studi Kasus Provinsi Riau. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, 12(1), 45–58.
- Wati, I., Wahidin, D., Pamulang, U., & Diri, C. (n.d.). *Peran media sosial sebagai alat politik citra diri*. 84–94.
- Winda Kustiawan, Tifani Liusnimun, Nurul Hidayat, & Jaman Wahidin. (2022). Komunikator Utama dalam Politik, Komunikator Politik dan Kepemimpinan Politik. *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*, 3(1), 13–22. <https://doi.org/10.53429/j-kis.v3i1.421>

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

RIWAYAT HIDUP

Saya yang bernama Al Ansari, lahir di Tembilahan pada tanggal 24 Juni 2001. Saya merupakan anak dari pasangan Harmonis dan Senang Hati, anak terakhir dari 4 bersaudara. Saya memeluk agama Islam dan berkewarganegaraan Indonesia. Sejak kecil, saya dibesarkan dalam lingkungan yang menjunjung tinggi nilai pendidikan dan kedisiplinan.

Saya menempuh pendidikan formal pertama kali di SD 008 Kuala Enok dan menyelesaiannya pada tahun 2015.

Kemudian, saya melanjutkan ke jenjang pendidikan menengah di Mts Al-Muttaqin Pekanbaru dan lulus pada tahun 2018. Setelah itu, saya bersekolah di SMK Telkom Pekanbaru dan lulus pada tahun 2021. Saat ini, saya sedang menempuh pendidikan tinggi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, sejak tahun 2021.

Selama menempuh pendidikan perkuliahan, dikelas aktif sebagai Kosma (Ketua Kelas) semester 1-2, kemudian Wakosma (Wakil Ketua) semester 3-6. Kemudian pada masa KKN 2024 di Desa Dayun, Kabupaten Siak saya diamanakah menjadi Kordes (Koordinator desa), di mana saya belajar mengembangkan kemampuan kepemimpinan, kerja sama tim, dan komunikasi. Selain itu, saya juga memiliki minat dalam bidang politik, desain grafis, public speaking, teknologi informasi, yang saya tekuni secara mandiri maupun dalam kegiatan kampus.

Dengan latar belakang pendidikan, pengalaman organisasi, dan semangat untuk tetus belajar, saya berharap dapat menjadi pribadi yang bermanfaat bagi masyarakat dan mampu berkontribusi secara positif dalam bidang yang saya geluti. Saya meyakini bahwa kerja keras, doa, dan ketekunan adalah kunci utama dalam meraih kesuksesan hidup.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 1. Pertanyaan-Jawaban Wawancara Informan

PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN

Identitas Informan

Nama Informan: H. ABDUL WAHID, M. Si

Usia: 44 **Jenis Kelamin:** LAKI-LAKI

Pekerjaan: GUBERNUR RIAU

Alamat/Daerah Domisili: PROVINSI RIAU, PEKANBARU

Tanggal Wawancara: 3 JUNI 2025

Waktu dan Tempat: 19.00 – 19.20 WIB / RUMAH DINAS GUBERNUR RIAU

Nama Pewawancara: AL ANSARI (PENELITI)

Judul Skripsi: Strategi Komunikasi Politik Calon Gubernur Riau (Abdul Wahid–SF Hariyanto) untuk Memenangkan Pemilihan Umum Kepala Daerah Tahun 2024 di Provinsi Riau

A. INFORMAN UTAMA (GUBERNUR ABDUL WAHID)

Tujuan: Menggali strategi komunikasi politik langsung dari calon gubernur.

Instrumen Wawancara:

PERTANYAAN DAN JAWABAN WAWANCARA – CALON GUBERNUR RIAU ABDUL WAHID

1. Apa alasan utama Bapak mencalonkan diri sebagai Gubernur Riau dalam Pilkada 2024?

Alasan saya sederhana namun mendalam.. saya ingin Riau maju, dan masyarakatnya sejahtera secara merata. Saya melihat masih banyak ketimpangan dan potensi daerah yang belum tergarap maksimal. Maka saya merasa terpanggil untuk memberikan kontribusi lebih besar melalui menjadi gubernur, agar bisa menyusun kebijakan strategis yang pro-rakyat. Juga para tokoh meminta saya untuk maju karena itulah saya makin bertekad untuk mencalonkan diri sebagai gubernur riau.

2. Bagaimana peran Bapak sebagai komunikator politik dalam membentuk citra diri dan menyampaikan pesan kampanye secara langsung kepada masyarakat Riau?

Sebagai calon gubernur, saya sadar bahwa komunikasi itu kunci. Saya harus jadi contoh dalam menyampaikan gagasan, visi, dan arah perjuangan kita. Maka saya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

ambil peran itu secara langsung, turun ke lapangan, berdialog dengan masyarakat, mendengar keluhan mereka, dan menyampaikan solusi secara terbuka. Saya ingin masyarakat tahu bahwa pemimpin itu bukan hanya duduk di kantor, tapi juga hadir di tengah-tengah rakyat. Jadi saya berusaha tampil apa adanya, bicara dengan bahasa yang mudah dipahami, dan tetap menjaga nilai-nilai kearifan lokal Riau.

3. Bagaimana Bapak menyusun strategi komunikasi politik untuk menyampaikan visi dan misi kepada masyarakat?

Tentu ya saya bersama tim menyusun strategi komunikasi politik dengan pendekatan segmentasi artinya.. sebagai komunikator politik kami pelajari karakter masyarakat di setiap kabupaten dan kota. Lalu kami sesuaikan cara penyampaian visi-misi agar mudah dipahami dan menyentuh kebutuhan masyarakat. Kami juga mengedepankan nilai-nilai lokal Riau sebagai bagian dari narasi kampanye.

4. Pesan kampanye apa yang paling ditekankan kepada masyarakat?

Pesan utama yang ingin saya sampaikan bersama tim adalah “Pemerintahan yang Adil dan Merata”. Kami ingin masyarakat tahu bahwa kami membawa semangat pemerataan pembangunan, dari kota sampai desa, dari pesisir sampai pedalaman. Jadi masyarakat tidak hanya mendengar janji, tapi melihat hasil nyata.

5. Apa strategi bapak dalam pendekatan komunikasi yang digunakan untuk menjangkau pemilih muda, perempuan, dan masyarakat pedesaan?

Untuk anak muda, kami aktif di media sosial dan melibatkan mereka dalam diskusi kreatif. Untuk perempuan, kami sampaikan program-program perlindungan dan pemberdayaan yang relevan. Sementara masyarakat pedesaan kami datangi langsung, berdialog dengan tokoh masyarakat, agar mereka merasa dilibatkan dan didengar. Karena begini, ada 60% pemilih itu bermain media sosial dan sebagian besar masyarakat yang tak dapat terjangkau informasi yang kami sampaikan.

Bagaimana Bapak memilih media komunikasi bahwa ini cocok untuk menjangkau pemilih?

Kami membagi media berdasarkan siapa targetnya. Untuk masyarakat desa dan usia lanjut, makanya saya buatkan brosur-brosur agar mereka tau apa visi misi program yang akan saya jalankan sesuai apa yang di inginkan, spanduk, dan pertemuan langsung. Untuk masyarakat pemilih muda, kami maksimalkan media sosial dan video singkat yang cepat disebar. Kami juga tetap gunakan media massa untuk menjaga pemberitaan yang berimbang.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Bagaimana Bapak memastikan pesan kampanye dapat dipahami dan diterima masyarakat?

Kami menggunakan bahasa yang sederhana, tidak terlalu teknis. Pesan disampaikan secara langsung, pendek, dan jelas. Kami juga uji efektivitas pesan melalui tanggapan di media sosial atau selama kampanye dialog. Kalau masyarakat bingung atau kurang tanggap, kami evaluasi dengan tim pendekatan seperti apa penyampaian yang sesuai.

8. Bagaimana Bapak memanfaatkan media sosial dan media massa dalam strategi kampanye yang Bapak lakukan?

Nah ini sangat kami manfaatkan media sosial ini kami jadikan sebagai ruang interaksi langsung. Saya sering tampil di live, unggah video kegiatan harian, dan respons komentar masyarakat. Media massa kami gunakan untuk memperkuat narasi program-program unggulan kami agar diketahui secara luas. Jadi keduanya kami pakai secara berimbang dan saling melengkapi.

9. Apa strategi Bapak dalam mengatasi isu negatif atau serangan politik dari pihak lain?

Kita tetap tenang. Saya percaya masyarakat sekarang sudah lebih cerdas. Kalau ada serangan atau fitnah, kami tanggapi dengan klarifikasi yang elegan, berbasis data. Tidak perlu ikut bermain di ranah negatif. Fokus kami tetap menyampaikan program dan menjaga etika politik.

10. Seberapa besar peran tim kampanye dalam merancang pesan dan narasi politik?

Tim kampanye itu tulang punggung bagi strategi komunikasi yang kami jalankan. Mereka yang membantu saya menyusun pesan, menentukan target, dan menyebarkan informasi. Tapi saya tetap aktif memberi arahan agar pesan yang disampaikan sesuai dengan nilai dan prinsip yang saya pegang.

11. Bagaimana Bapak mengevaluasi efektivitas kampanye atau mengukur keberhasilan komunikasi politik yang dilakukan?

Kami evaluasi dari beberapa sisi: hasil survei, tingkat keterlibatan masyarakat di media sosial, respons selama kampanye, dan peningkatan dukungan di daerah tertentu. Kalau ada strategi yang kurang berhasil, langsung kami revisi. Bagi saya, yang terpenting adalah masyarakat paham dan percaya pada program yang kami tawarkan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Identitas Informan

Nama Informan: Kaderismanto, S.H

Jenis Kelamin: Laki-Laki

Pekerjaan: Ketua DPRD Provinsi Riau

Alamat/Daerah Domisili: Pekanbaru

Tanggal Wawancara: 31 Mei 2025

Waktu dan Tempat: Pukul 22.15 WIB. *WhatsApp VoiceNote*

Nama Pewawancara: Al Ansari

Judul Skripsi: Strategi Komunikasi Politik Calon Gubernur Riau (Abdul Wahid-SF Hariyanto) untuk Memenangkan Pemilihan Umum Kepala Daerah Tahun 2024 di Provinsi Riau

B. INFORMAN TIM PEMENANGAN/KOALISI

Tujuan: Mengetahui mekanisme strategi komunikasi politik dari tim pemenangan calon.

Instrumen Wawancara:

TRANSKRIP WAWANCARA – INFORMAN: KETUA TIM PEMENANGAN (KADERISMANTO)

Sebagai Tim Pemenangan, bagaimana proses tim merancang strategi komunikasi politik pasangan calon Abdul Wahid-SF Hariyanto?

Strategi komunikasi kami dimulai dengan memetakan kebutuhan dan karakteristik masyarakat di setiap wilayah Riau. Dari situ, kami menyusun pesan-pesan yang kontekstual, menyentuh langsung keperluan masyarakat, dan dikemas dengan pendekatan yang komunikatif. Kami juga melibatkan ahli komunikasi politik untuk memastikan strategi ini berjalan secara terukur dan konsisten.

Sebagai ketua tim pemenangan, bagaimana Bapak memaknai peran Bapak sendiri sebagai komunikator politik dalam memenangkan pasangan Abdul Wahid-SF Hariyanto?

Peran saya sebagai ketua tim bukan hanya mengatur strategi di belakang layar, tapi juga menjadi jembatan antara calon dan masyarakat. Saya harus bisa menerjemahkan visi dan program pasangan calon ke dalam bahasa yang bisa diterima oleh semua lapisan masyarakat.



© **Hak cipta milik UIN Suska Riau**
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. **Pesan politik apa yang menjadi fokus utama dalam memenangkan hati masyarakat?**

Pesan utamanya adalah keberpihakan kepada rakyat kecil dan pemerataan pembangunan. Kami ingin masyarakat tahu bahwa pasangan ini membawa semangat perubahan yang berkeadilan dan program-program yang dapat menyentuh langsung kesejahteraan rakyat, baik di perkotaan maupun di daerah pelosok.

4. **Media atau saluran komunikasi apa yang dianggap paling efektif selama masa kampanye?**

Yang paling efektif tetap komunikasi langsung—tatap muka, dialog warga, kunjungan desa. Tapi media sosial juga sangat dominan, terutama untuk menjangkau anak-anak muda. Kami menggunakan kombinasi keduanya untuk menyentuh semua lapisan masyarakat.

5. **Apakah media sosial sangat berperan dalam menjalankan strategi komunikasi politik yang dilakukan?**

Sangat berperan. Hari ini, hampir semua pemilih, terutama generasi milenial dan Gen Z, aktif di media sosial. Kami punya tim khusus yang mengelola konten, memonitor interaksi, dan menyusun narasi digital yang sesuai dengan nilai-nilai pasangan calon. Media sosial juga membantu kami menyampaikan klarifikasi jika ada isu yang menyimpang.

6. **Bagaimana strategi kampanye disesuaikan dengan karakteristik masyarakat Riau dan menjangkau pemilih yang berbeda?**

Setiap daerah kami perlakukan secara spesifik. Misalnya, di daerah pesisir kami angkat isu perikanan dan nelayan, di daerah daratan kami fokus pada pertanian dan infrastruktur. Untuk masyarakat adat, kami bawa pesan pelestarian budaya dan lingkungan. Kampanye kami bersifat fleksibel tapi tetap terintegrasi dalam satu arah komunikasi besar.

7. **Bagaimana respons masyarakat terhadap strategi komunikasi yang dijalankan?**

Alhamdulillah, sejauh ini respons masyarakat cukup positif. Mereka antusias hadir dalam pertemuan terbuka, banyak yang ikut diskusi di media sosial, bahkan turut menyebarkan pesan kami secara sukarela. Itu menunjukkan bahwa pesan kami diterima dan dianggap relevan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. Bagaimana tim menanggapi umpan balik atau kritik dari masyarakat tersebut?

Kami jadikan itu sebagai bahan evaluasi. Kritik kami dengarkan baik-baik, karena dari situlah kita bisa memperbaiki strategi. Ada beberapa kali kami ganti pendekatan kampanye setelah mendapat masukan dari tokoh masyarakat atau relawan di lapangan.

9. Tantangan apa yang dihadapi selama proses kampanye, terutama dalam komunikasi politik?

Tantangan terbesarnya adalah menjaga konsistensi pesan di tengah banyaknya informasi yang berseliveran. Kadang muncul hoaks atau serangan yang sengaja diarahkan ke pasangan kami. Tantangan lainnya adalah menyampaikan pesan yang khat tanpa harus menjelekan pihak lain. Kami tetap menjunjung etika kampanye bersih.

10. Apakah ada evaluasi rutin dalam pelaksanaan kampanye komunikasi politik? Dan bagaimana tim mengukur keberhasilan setelah kampanye dilakukan?

Kami evaluasi tiap pekan, kadang dua kali seminggu. Kami lihat dari tren survei internal, jumlah keterlibatan di media sosial, dan laporan lapangan dari para koordinator wilayah. Indikator keberhasilan kami bukan cuma soal elektabilitas, tapi juga seberapa besar pesan kami dipahami, diingat, dan dibicarakan oleh masyarakat.

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

TRANSKRIP WAWANCARA – INFORMAN: TIM PEMENANGAN PKB (RAJA FERZA FAKHLEVI)

- 1 Sebagai Tim Pemenangan, bagaimana proses tim merancang strategi komunikasi politik pasangan calon Abdul Wahid–SF Hariyanto?

Strateginya kami rancang secara kolaboratif. Kami mulai dari riset lapangan—melihat peta pemilih, karakter demografis, serta isu yang berkembang di tengah masyarakat. Dari situ kami rumuskan pesan-pesan politik yang relevan, lalu disampaikan melalui media dan pendekatan yang paling sesuai dengan audiens di masing-masing wilayah.

2. Pesan politik apa yang menjadi fokus utama dalam memenangkan hati masyarakat?

Yang kami tekankan adalah keberlanjutan dan keadilan. Bawa pasangan Abdul Wahid–SF Hariyanto ini hadir membawa semangat perubahan yang realistik dan program-program yang bisa dirasakan langsung manfaatnya, khususnya bagi masyarakat bawah dan kelompok rentan.

3. Media atau saluran komunikasi apa yang dianggap paling efektif selama masa kampanye?

Kalau kita bicara efektivitas, memang tidak bisa satu media untuk semua segmen. Tapi secara umum, kampanye tatap muka dan media digital—khususnya WhatsApp dan TikTok—sangat efektif. Interaksi langsung membangun kepercayaan, sementara media digital memperluas jangkauan.

4. Apakah media sosial sangat berperan dalam menjalankan strategi komunikasi politik yang dilakukan?

Tentu, sangat berperan. Apalagi untuk menjangkau pemilih muda. Kami tidak hanya pakai media sosial untuk promosi, tapi juga untuk edukasi politik—misalnya dengan konten video pendek, infografis program, dan sesi live interaktif. Kami ingin pemilih merasa terhubung langsung, bukan sekadar jadi penonton.

5. Bagaimana strategi kampanye disesuaikan dengan karakteristik masyarakat Riau dan menjangkau pemilih yang berbeda?

Kami buat konten yang fleksibel. Misalnya, untuk daerah Melayu pesisir, pendekatannya lebih kultural dan religius. Sementara di daerah urban, kami tawarkan program smart city, lapangan kerja, dan penguatan UMKM. Di sinilah pentingnya kerja sama antara relawan lokal dan tim kreatif pusat agar pesan tetap terhubung dan terasa “dekat”.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6

Bagaimana respons masyarakat terhadap strategi komunikasi yang dijalankan?

7

Bagaimana tim menanggapi umpan balik atau kritik dari masyarakat tersebut?

8

Tantangan apa yang dihadapi selama proses kampanye, terutama dalam komunikasi politik?

9

Apakah ada evaluasi rutin dalam pelaksanaan kampanye komunikasi politik? Dan bagaimana tim mengukur keberhasilan setelah kampanye dilakukan?

10

Evaluasi dilakukan secara rutin—biasanya mingguan. Kami lihat dari analitik media sosial, dinamika di lapangan, dan laporan dari relawan wilayah. Keberhasilan bukan cuma dilihat dari angka survei, tapi juga dari seberapa besar masyarakat memahami program dan mempercayai integritas pasangan calon kami.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

TRANSKRIP WAWANCARA – INFORMAN: TIM PEMENANGAN PARTAI NASDEM (INDRA SANTOS)

- 1 Sebagai Tim Pemenangan, bagaimana proses tim merancang strategi komunikasi politik pasangan calon Abdul Wahid–SF Hariyanto?

Kami merancang strategi komunikasi berbasis data. Pertama kami petakan wilayah dan karakteristik demografinya, lalu kami sesuaikan pendekatan komunikasi berdasarkan kebutuhan daerah tersebut. Strategi kami bersifat adaptif—mengikuti dinamika lapangan dan tren media—agar lebih responsif terhadap perubahan situasi politik dan opini publik.

2. Pesan politik apa yang menjadi fokus utama dalam memenangkan hati masyarakat?

Fokus kami adalah menyampaikan bahwa pasangan Abdul Wahid–SF Hariyanto adalah pilihan yang memiliki integritas, pengalaman, dan komitmen terhadap pembangunan berkeadilan. Kami ingin masyarakat tahu bahwa mereka bukan hanya menawarkan janji, tapi rekam jejak dan kapasitas untuk menjalankan visi yang jelas dan realistik.

3. Media atau saluran komunikasi apa yang dianggap paling efektif selama masa kampanye?

Kami tidak berpaku pada satu media. Di beberapa wilayah, komunikasi langsung seperti pertemuan terbatas dan kunjungan rumah lebih efektif. Tapi untuk pemilih muda dan kalangan profesional, media digital—terutama Instagram dan YouTube—menjadi sangat strategis. Kami pilih media berdasarkan efektivitas menyampaikan pesan kepada segmen tertentu.

4. Apakah media sosial sangat berperan dalam menjalankan strategi komunikasi politik yang dilakukan?

Ya, peran media sosial cukup signifikan. Tapi kami tekankan penggunaan yang terukur dan tidak reaktif. Di tim NasDem, kami lebih fokus pada narasi yang solutif, menjelaskan program dan menyampaikan capaian calon. Kami tidak bermain di kantong viral semata, tapi mengedepankan pesan yang punya nilai politik yang mendidik.

5. Bagaimana strategi kampanye disesuaikan dengan karakteristik masyarakat Riau dan menjangkau pemilih yang berbeda?

Setiap daerah punya pendekatannya masing-masing. Untuk kawasan pesisir, kami kiatkan narasi soal pemberdayaan nelayan dan pengelolaan pesisir. Di wilayah



© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

darat dan perkotaan, fokus pada isu lapangan kerja dan tata kelola pemerintahan. Kami pastikan pesan yang dibawa relevan dengan realitas di lapangan dan disampaikan oleh tokoh-tokoh yang dipercaya masyarakat setempat.

6. Bagaimana respons masyarakat terhadap strategi komunikasi yang dijalankan?

Responnya relatif baik. Banyak masyarakat merasa bahwa pendekatan yang kami lakukan lebih tenang, substansial, dan tidak provokatif. Mereka menghargai ketika calon dan tim bisa berdialog secara terbuka dan tidak sekadar menyebarkan slogan. Ini yang menjadi pembeda pasangan kami dari yang lain.

7. Bagaimana tim menanggapi umpan balik atau kritik dari masyarakat tersebut?

Kritik kami anggap sebagai bentuk partisipasi publik. Biasanya kami terima lewat forum tatap muka, media sosial, atau melalui relawan. Kami tampung semua masukan itu, lalu kami bahas dalam evaluasi harian. Dari sana biasanya muncul perbaikan konten, pendekatan, atau penguatan pada isu tertentu yang dirasa belum kuat.

8. Tantangan apa yang dihadapi selama proses kampanye, terutama dalam komunikasi politik?

Tantangan utamanya adalah menjaga konsistensi pesan di tengah dinamika isu yang cepat berubah. Apalagi di masa sekarang, satu isu bisa viral dalam hitungan jam. Jadi tim harus cepat menyusun respons, tapi tetap menjaga kualitas informasi dan tidak ikut terbawa emosi

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Judul Skripsi: Strategi Komunikasi Politik Calon Gubernur Riau (Abdul Wahid–SF Hariyanto) untuk Memenangkan Pemilihan Umum Kepala Daerah Tahun 2024 di Provinsi Riau

INFORMAN MASYARAKAT PEMILIH

Tujuan: Menggali persepsi masyarakat sebagai pemilih terhadap strategi komunikasi yang dilakukan.

Instrumen Wawancara:

TRANSKRIP WAWANCARA – INFORMAN: PEMILIH MUDA

1. Dari mana Anda pertama kali mengetahui informasi tentang pasangan calon Abdul Wahid–SF Hariyanto?

Saya pertama kali tahu dari media sosial, khususnya Instagram dan TikTok. Waktu itu ada video singkat yang menampilkan kegiatan Pak Wahid di lapangan, lalu saya cari tahu lebih lanjut dari akun resmi mereka dan berita online.

2. Apakah Anda pernah berinteraksi langsung atau menghadiri kegiatan kampanye mereka?

Saya belum pernah ikut kampanye langsung, tapi pernah nonton sesi live di Instagram mereka. Di situ Pak Wahid sempat diskusi soal lapangan kerja dan pendidikan, dan saya merasa itu relate banget sama kondisi anak muda di Riau sekarang.

3. Apakah pesan kampanye yang disampaikan mudah dipahami dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat Riau?

Menurut saya, cukup mudah dipahami. Mereka sering pakai bahasa yang ringan dan tidak terlalu teknis. Pesannya juga relevan, misalnya soal ekonomi kreativitas, beasiswa, dan digitalisasi UMKM—itu isu-isu yang dekat dengan kehidupan masyarakat sekarang.

4. Bagaimana menurut Anda cara pasangan calon menyampaikan program-programnya?

Mereka menyampaikan program secara visual dan langsung ke point. Banyak konten berbentuk video singkat dan infografis. Kadang juga ada penjelasan dari tokoh muda atau influencer lokal, jadi terasa lebih akrab dan nggak kaku seperti kampanye konvensional.

5. Apakah strategi komunikasi mereka memengaruhi pilihan politik Anda?

Jur, iya. Karena mereka aktif dan terbuka di media sosial, saya jadi lebih tahu apa yang mereka perjuangkan. Itu yang bikin saya mempertimbangkan mereka sebagai pilihan, karena saya merasa terhubung dan didengarkan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

6 Apakah media sosial atau media lainnya berperan dalam membentuk pandangan Anda terhadap calon tersebut?

Sangat berperan. Sekarang kan mayoritas anak muda jarang baca koran atau nonton TV, jadi informasi lewat media sosial itu krusial. Cara mereka menyampaikan narasi dan menjawab komentar juga berpengaruh buat saya menilai kepribadian dan keseriusan mereka.

7 Seberapa sering Anda melihat kampanye mereka di media sosial atau media lainnya?

Hampir setiap hari ada konten yang lewat di beranda atau story. Mungkin karena saya follow akun mereka dan juga beberapa teman yang repost konten kampanye itu. Jadi eksposurnya cukup tinggi, apalagi menjelang pemilihan.

8 Menurut Anda, apa keunggulan komunikasi politik pasangan Abdul Wahid-SF Hariyanto dibanding kandidat lain?

Mereka lebih terbuka dan kekinian dalam pendekatan. Gaya komunikasinya nggak kaku, programnya juga banyak menyasar isu generasi muda. Saya merasa mereka nggak hanya mengandalkan citra, tapi juga punya substansi dalam menyampaikan visi secara konsisten.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

TRANSKRIP WAWANCARA – INFORMAN: PEMILIH ORANG TUA

1. Dari mana Anda pertama kali mengetahui informasi tentang pasangan calon Abdul Wahid–SF Hariyanto?

Saya tahu pertama kali dari cerita tetangga waktu di surau, terus ada juga lihat baliho di pinggir jalan. Beberapa minggu kemudian, ada orang dari tim kampanye yang datang ke rumah-rumah bagi selebaran, jadi makin jelas siapa calonnya.

2. Apakah Anda pernah berinteraksi langsung atau menghadiri kegiatan kampanye mereka?

Pernah. Waktu Pak Wahid datang ke kampung kami, ada acara silaturahmi dengan warga. Saya ikut hadir. Beliau banyak bicara soal program kesehatan dan bantuan pertanian. Saya senang karena beliau mau datang langsung, bukan cuma kirim tim.

3. Apakah pesan kampanye yang disampaikan mudah dipahami dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat Riau?

Alhamdulillah, cukup mudah dipahami. Beliau menyampaikan pakai bahasa rakyat biasa. Pesan-pesannya juga tidak muluk-muluk, lebih banyak yang menyentuh kebutuhan sehari-hari, seperti air bersih, pendidikan anak, dan bantuan usaha.

4. Bagaimana menurut Anda cara pasangan calon menyampaikan program-programnya?

Saya rasa mereka menyampaikannya dengan cara yang santun dan jelas. Tidak banyak basa-basi, langsung pada inti program. Mereka juga bawa contoh nyata, seperti bantuan yang pernah dilakukan sebelumnya. Jadi bukan janji kosong.

5. Apakah strategi komunikasi mereka memengaruhi pilihan politik Anda?

Iya, sangat berpengaruh. Kalau calon mau turun langsung dan bicara dengan masyarakat kecil, itu sudah jadi nilai lebih. Saya lihat mereka serius dan punya niat baik. Itu yang bikin saya mantap pilih mereka.

6. Apakah media sosial atau media lainnya berperan dalam membentuk pandangan Anda terhadap calon tersebut?

Kalau saya pribadi tidak terlalu aktif di media sosial, tapi anak-anak sering kasih tahu info dari HP mereka. Selain itu, saya juga dengar dari pengajian dan radio lokal. Jadi walaupun tidak online, tetap dapat informasi.

7. Seberapa sering Anda melihat kampanye mereka di media sosial atau media lainnya?

Kalau saya lihat langsung di HP mungkin jarang, tapi cukup sering dengar dan lihat dari spanduk, pengumuman di masjid, dan selebaran. Setiap kali ada acara warga, pasti juga dibahas soal mereka. Jadi tetap terasa kehadirannya.



© **Hak Cipta Milik UIN Suska Riau**

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

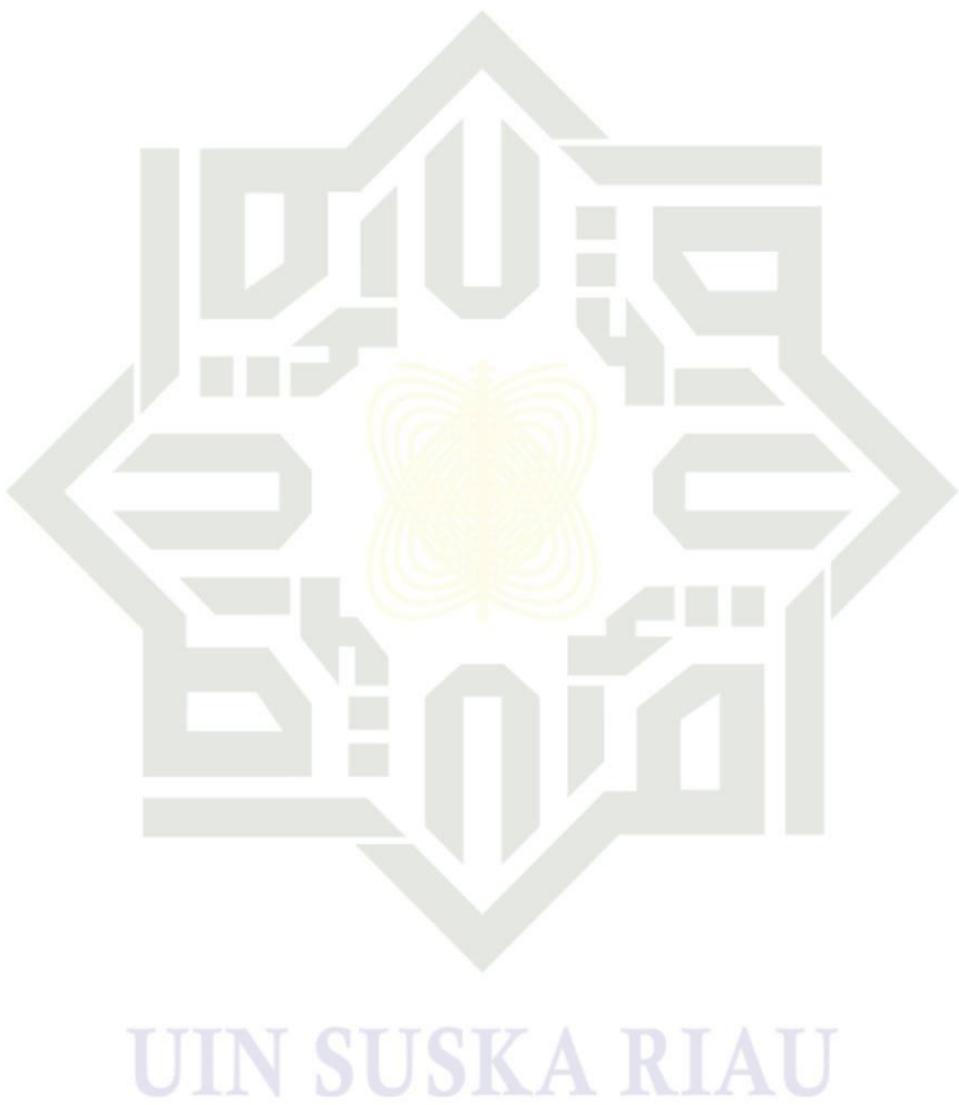
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

- 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Anda, apa keunggulan komunikasi politik pasangan Abdul Wahid-SF Haryanto dibanding kandidat lain?

Menurut saya, mereka lebih sopan dan tidak suka menjelekkan orang lain. Itu penting buat saya. Mereka juga lebih sering bicara langsung ke rakyat kecil, bukan cuma di kota-kota besar. Cara mereka membumi dan merakyat, itu yang jadi nilai lebih di mata orang-orang tua seperti kami



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 2. Dokumentasi Wawancara Informan

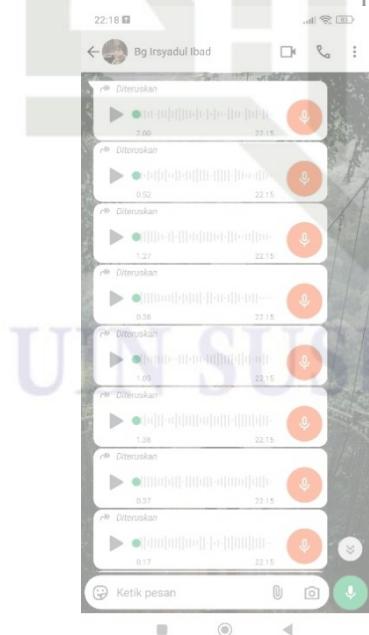
DOKUMENTASI WAWANCARA INFORMAN

Informan Utama : H. Abdul Wahid, S.Pd.I., M.Si.
 Pada Tanggal : 3 Juni 2025
 Tempat : Rumah Dinas Gubernur Riau



2.

Informan Kedua
 Pada Tanggal : 31 Mei 2025
 Tempat : Via Voice Notes di WhatsApp, melalui staff



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

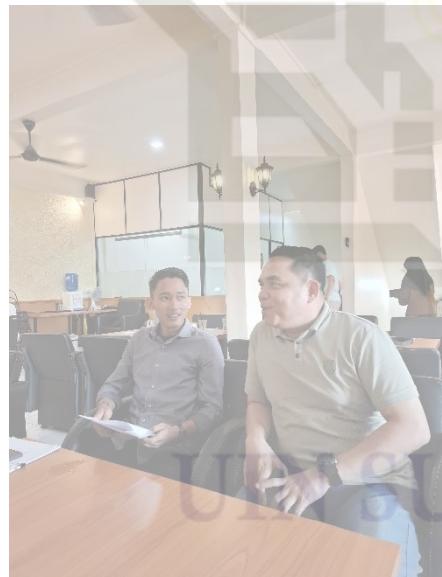
Informan Ketiga
Pada Tanggal
Tempat

: Raja Ferza Fakhlevi
: 22 Mei 2025
: Jseven Cafe, Jl. Harapan Raya. Pekanabru.



Informan Keempat
Pada Tanggal
Tempat

: Indra Santos
: 22 Mei 2025
: Jseven Cafe, Jl. Harapan Raya. Pekanabru.



© **Hak Cipta milik UIN Suska Riau**

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

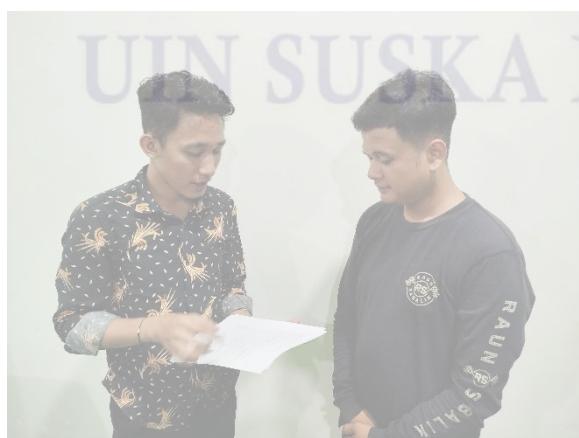
Informan Kelima
Pada Tanggal
Tempat

: Ibu Upik
: 1 Juni 2025
: Kedai Ibu Upik



Informan Keenam
Pada Tanggal
Tempat

: Andika Suhendra
: 1 Juni 2025
: Kost Family, Jl. Cipta Karya



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

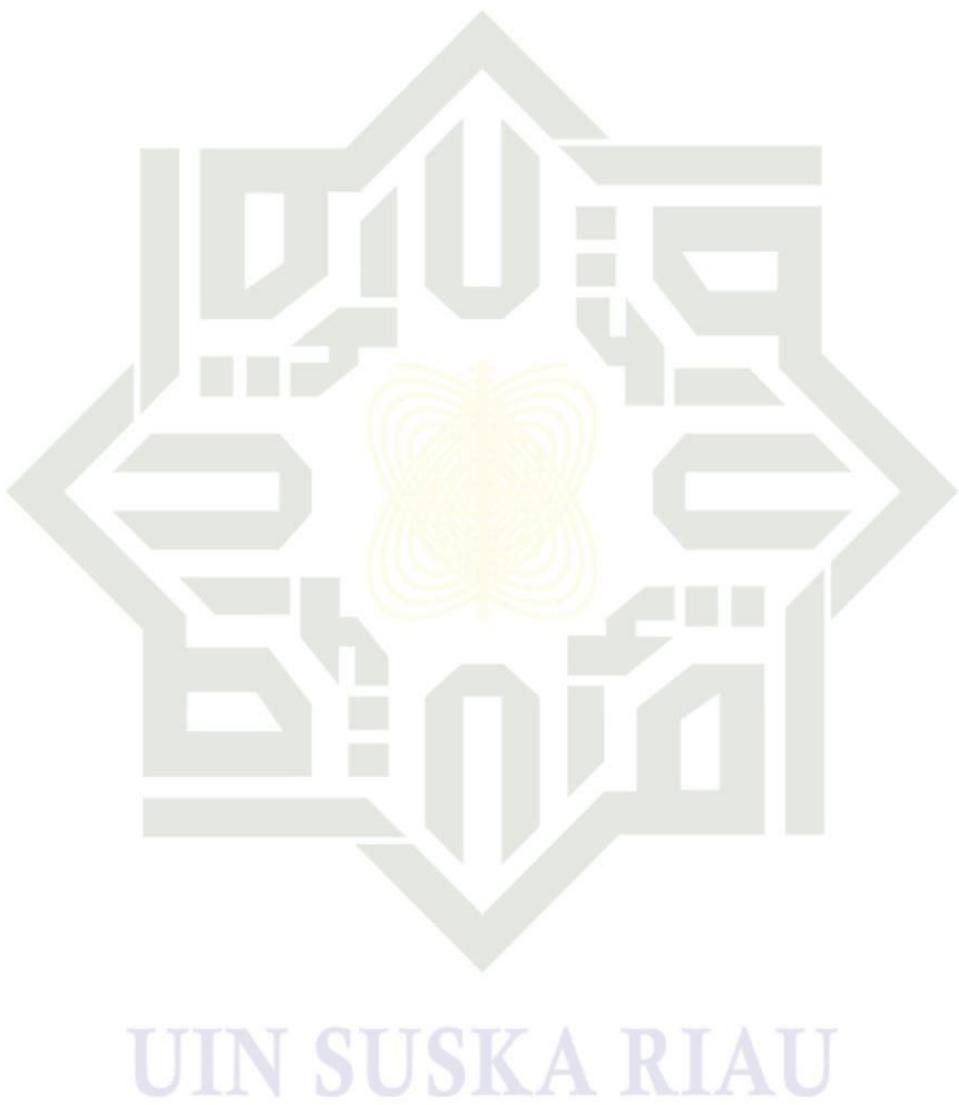


© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta
Lampiran 3.

Brosur-brosur visi misi Pasangan Abdul Wahid-SF Haryanto

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 4. Surat Riset Wawancara Penelitian



UIN SUSKA RIAU

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jln. H.R. Soebrantas KM. 15 No. 155 Kel. Tuah Madani Kec. Tuah Madani - Pekanbaru 28298 PO Box. 1004
Telp. (0761) 562051; Faksimili (0761) 562052
web: <https://fdk.uin.suska.ac.id>; E-mail: fdk@uin-suska.ac.id

Pekanbaru, 14 Mei 2025

Nomor : B-1058/Un.04/F.IV/PP.00.9/04/2025
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 (satu) Exp
Hal : Mengadakan Wawancara Penelitian

Kepada Yth,
GUBERNUR PROVINSI RIAU
Di
Tempat

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa datang menghadap bapak, mahasiswa kami:

Nama	: AL ANSARI
NIM	: 12140314141
Semester	: VIII (Delapan)
Jurusan	: Ilmu Komunikasi
Pekerjaan	: Mahasiswa Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau

Akan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul:
"Strategi Komunikasi Politik Calon Gubernur Riau (Abdul Wahid-SF Haryanto) Dalam Membangun Citra Positif Pada Pemilihan Umum Kepala Daerah Tahun 2024".

Adapun Sumber Data Penelitian Adalah :
"GUBERNUR PROVINSI RIAU"

Untuk maksud tersebut kami mohon Bapak berkenan memberikan waktu serta petunjuk-petunjuk pada pelaksanaan wawancara penelitian tersebut dalam rentang waktu 15-31 Mei 2025, untuk konfirmasi hubungi kontak Mahasiswa bersangkutan: 085271559368 (AL ANSARI).

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



Tembusan:

1. Mahasiswa yang bersangkutan