

PERTARUNGAN SIMBOL KOMUNIKASI POLITIK DALAM PILKADA KABUPATEN LOMBOK UTARA

MUHAMMAD SYAOKI DAN MUHAMMAD FIKRI®

Universitas Islam Negeri Mataram-Indonesia

Email: syaoki@uinmataram.ac.id

Email: muhammadfikri@uinmataram.ac.id

Abstract: Regional election (Pilkada) is a stage for each candidate to attract public attention. The process is carried out in various ways. This includes the use of symbols. This study seeks to see the use of symbols as a political communication strategy in the Regional election of Lombok Utara Regency. The results of this study indicate that the regent candidates who are competing in the election of Lombok Utara Regency (KLU) use various symbols to attract the attention of voters. These include the use of taglines, gestures, and political attributes such as the words SANGGUP, S14P, fist, and respect. Symbol warfare is also carried out in the use of attributes attached to ballot photos. Apart from being aimed at attracting voters' interest, this symbol war is also used as a political communication strategy so that it is easy to remember in the election process.

Keywords: Pilkada, Symbol, Political Communication

Abstrak: Pilkada merupakan panggung bagi masing-masing calon untuk menarik perhatian masyarakat. Proses itu dilakukan dengan berbagai cara. Termasuk di dalamnya dengan penggunaan simbol-simbol. Penelitian ini berusaha untuk melihat penggunaan simbol sebagai strategi komunikasi politik dalam Pilkada Kabupaten Lombok Utara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa para kandidat Bupati yang bertarung dalam Pilkada Kabupaten Lombok Utara (KLU) menggunakan berbagai macam simbol untuk menarik perhatian pemilih. Di antaranya penggunaan tagline, gesture, dan atribut politik seperti kata SANGGUP, S14P, kepalan tangan, dan sikap hormat. Perang simbol juga dilakukan dalam penggunaan atribut yang terpasang di foto surat suara. Perang simbol ini

selain bertujuan untuk menarik minat pemilih juga dijadikan sebagai strategi komunikasi politik agar mudah diingat dalam proses pemilihan.

Kata Kunci: Pilkada, Simbol, Komunikasi Politik

A. Pendahuluan

Berakhirnya rezim Orde Baru menjadi titik awal desentralisasi di mana adanya pendelegasian kewenangan dari pusat ke daerah dalam banyak aspek. Sistem desentralisasi ini pula yang membuka ruang lebar-lebar bagi masyarakat untuk menentukan pemimpinnya sendiri melalui sebuah ajang Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada). Pilkada merupakan salah satu ajang pesta demokrasi di tingkat lokal (daerah). Pilkada bertujuan untuk memilih Bupati, Walikota atau Gubernur yang maju lewat jalur perseorangan maupun yang disokong oleh partai politik.

Pada tahun 2020 pemerintah menyelenggarakan Pilkada serentak di Indonesia yang diikuti oleh 270 daerah dengan rincian, 9 Gubernur, 37 Walikota, dan 224 Kabupaten¹ Pilkada tahun ini menyuguhkan fakta-fakta menarik. Mulai dari waktu penyelenggaraanya yang terkesan dipaksakan mengingat kita masih ada dalam kondisi pandemic. Hingga penolakan dari berbagai ormas Islam seperti Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama. Pilkada di masa pandemi ini membuat beberapa calon kepala daerah bahkan meninggal dunia sebelum sempat mengikuti kontestasi.

Di propinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) sendiri tahun 2020 ini akan dilaksanakan pilkada serentak di tujuh Kabupten/kota yakni Kota Mataram, Kabupaten Sumbawa, Sumbawa Barat, Dompu, Bima, Lombok Tengah, dan Kabupaten Lombok Utara. Dari keempat kabupaten tersebut penulis melihat Pilkada di Kabupaten Lombok Utara merupakan Pilkada yang paling menarik karena beberapa alasan sebagai berikut:

¹ KPU Luncurkan Pilkada Serentak 2020 diakses dari laman <https://republika.co.id/berita/qc3xy4314/kpu-luncurkan-pilkada-serentak-2020>

Pertama, Kabupaten Lombok Utara merupakan daerah dengan tingkat partisipasi pemilih yang cukup tinggi di propinsi NTB. Pada pemilu tahun 2019 tercatat tingkat partisipasi pemilih melampaui target nasional dari total jumlah pemilih sekitar 171.000 jiwa. Di Dayan Gunung sudah menjadi hal biasa anda mendengar obrolan seputar politik di berugaq-berugaq baik dari kalangan pemilih pemula sampai lansia. Animo masyarakat KLU terhadap politik sangat tinggi, karenanya pula tingkat partisipasi pemilih di Lombok Utara terus meningkat.

Kedua, pilkada serentak tahun ini di Kabupaten Lombok Utara diikuti oleh dua pasang calon yakni Djohan Syamsu, SH dengan Danny Karter Febrianto Ridwan, M.Eng (selanjutnya disebut JODA) dan pasangan Dr. H. Najmul Akhyar, SH., MH dengan H. Suhardi, MH (selanjutnya disebut NADI). Kedua pasang calon ini sebenarnya sama-sama pernah menjabat sebagai Bupati. Dengan demikian keduanya memiliki rekam jejak yang sama sehingga masyarakat dapat menilai leadership capacity masing-masing calon. Baik Djohan Syamsu maupun Najmul Akhyar, keduanya merupakan pimpinan tertinggi dua ormas besar Islam di Kabupaten Lombok Utara. Djohan Syamsu adalah Pimpinan Daerah Muhammadiyah (PDM) Kabupaten Lombok Utara, sedangkan Najmul Akhyar merupakan Pimpinan Daerah Nahdlatul Wathan (PDNW) Kabupaten Lombok Utara. Dengan demikian tentu keduanya memiliki basis massa yang jelas dalam Pilkada serentak ini.

Ketiga, kabupaten Lombok Utara merupakan daerah termuda di propinsi NTB. Kabupaten ini secara definitif berdiri pada tahun 2008, namun memiliki progress pembangunan yang cukup tinggi. Hal ini ditunjang oleh keberadaan tiga Gili yang menjadi magnet pariwisata di daerah ini. Wajar jika kemudian daerah ini menggantungkannya dari sektor pariwisata.

Di samping itu berdasarkan Perpres No. 63 tahun 2020 tentang penetapan Daerah Tertinggal 2020-2024 Kabupaten Lombok Utara juga merupakan satu-satunya Kabupaten yang masih masuk kategori daerah

tertinggal di propinsi NTB.² Namun kondisi ini tidak menjadi perhatian utama para kandidat yang bertarung dalam Pilkada serentak 2020. Kedua calon justru lebih berfokus pada penggunaan tagline dan simbol dalam rangka meraih simpati pemilih.

Untuk dapat meraih simpati publik kedua kandidat kepala daerah berlomba-lomba memoles citra diri dengan berbagai cara. Termasuk dengan menggunakan simbol-simbol tertentu yang dapat mengidentifikasi golongan dan sebagai bahan kampanye di tengah masyarakat. Hal ini yang terjadi dalam kontestasi pilkada di Kabupaten Lombok Utara. Pilkada yang diikuti oleh dua pasang calon ini menyajikan pertarungan simbolis yang cukup menarik.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini didesain sebagai penelitian kualitatif karena fokus penelitian ini adalah pada penggunaan simbol dalam konteks Pilkada. Penelitian ini berusaha memahami objek secara apa adanya tanpa ada manipulasi, melainkan dipahami secara ilmiah. Penelitian kualitatif menurut Creswell adalah penelitian yang memahami masalah-masalah manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran menyeluruh dan kompleks yang disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci dari para sumber informasi yang dilakukan dalam setting alamiah.³

Penggunaan tagline dan simbol dalam komunikasi politik merupakan salah satu bentuk komunikasi verbal dan nonverbal dalam rangka membangun citra kandidat dalam Pilkada. Oleh karenanya pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan fenomenologis dengan tujuan menjelaskan realitas perang simbol yang sedang terjadi.⁴

² Hanya KLU Berstatus Daerah Tertinggal di NTB, diakses dari laman <https://www.suarantb.com/hanya-klu-berstatus-daerah-tertinggal-di-ntb>.

³John W. Creswell, *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* (Jakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 12.

⁴ Heru Basuki, *Penelitian Kualitatif: Untuk Ilmu-ilmu Kemanusiaan dan Budaya* (Jakarta: Universitas Gunadarma, 2006), 86.

Data dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi dua jenis, yakni data primer dan data skunder. Data primer yakni data yang dijadikan bahan utama untuk dianalisa yang bersumber dari TIM sukses masing masing calon melalui wawancara. Sedangkan data skunder pada penelitian ini berasal dari masyarakat umum dan observasi yang penulis lakukan di Kabupaten Lombok Utara.

Data-data yang telah diperoleh melalui berbagai teknik tersebut di atas, dianalisa dengan metode diskriptif-analitis, artinya, data yang diperoleh dideskripsikan, dianalisis dan ditafsirkan menurut isi. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini berpedoman pada langkah-langkah analisis data penelitian kualitatif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman seperti yang dikutip Sugiyono yaitu, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.⁵

Adapun untuk menguji keabsahan data,⁶ peneliti melakukan tiga langkah yaitu: (1) memperpanjang waktu penelitian untuk menemukan data secara utuh (2) triangulasi metode dan sumber dalam rangka memastikan data yang terkait dengan tiga fokus kajian tersebut (3) pemeriksaan sejawat melalui diskusi dalam rangka memperkaya dan mendapat masukan-masukan dari para ahli atau kolega sehingga temuan penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

C. Kerangka Teori

1. Interaksionisme Simbolik

Penggunaan lambang (simbol) sebagai media komunikasi politik berangkat dari fakta bahwa interaksi manusia dilakukan melalui pertukaran simbol. Manusia memberi makna pada segala hal yang akan mengontrol kehidupan mereka. Interaksionisme simbolik merupakan sebuah gerakan pemikiran yang dibangun oleh Mead untuk menguraikan tentang suatu cara

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Cet. VI; Bandung: Alfabeta, 2009), 249.

⁶ *Ibid.*, 79.

berfikir mengenai pikiran (*mind*), diri dan masyarakat. Interaksionisme simbolik memfokuskan perhatiannya pada cara-cara yang digunakan manusia untuk membentuk makna dan struktur masyarakat melalui percakapan. Termasuk di dalamnya hal-hal menyangkut penggunaan simbol-simbol dalam politik.⁷

Teori interaksionisme simbolik mendasarkan gagasannya pada tiga tema utama yaitu, pentingnya makna dalam perilaku manusia, pentingnya konsep diri, dan hubungan antara individu dengan masyarakat. Oleh karenanya manusia berperilaku berdasarkan makna yang diberikan orang lain kepada dirinya melalui interaksi. Makna tersebut kemudian diinterpretasi berdasarkan konsep diri yang dipengaruhi oleh struktur sosial budaya.⁸ Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa suatu tindakan sosial selalu melibatkan hubungan tiga pihak yaitu masyarakat, diri, dan pikiran. Adanya gesture seseorang, adanya tanggapan terhadap gesture tersebut oleh orang lain dan adanya hasil. Hasilnya adalah makna tindakan tersebut (verbal atau nonverbal) bagi komunikator.

2. Strategi Komunikasi Politik

Menurut Zein, strategi komunikasi politik merupakan rencana yang meliputi metode, teknik, dan tata hubungan fungsional antara unsur-unsur dan faktor-faktor dari proses komunikasi yang meliputi komunikator, pesan, saluran, sasaran, dan efek dari komunikasi politik. Strategi komunikasi politik merupakan sekumpulan rencana komunikasi yang dilakukan dalam konteks politik guna menarik minat pemilih dalam rangka meraih kekuasaan.⁹

Strategi komunikasi politik memiliki dua bentuk, pertama komunikasi politik horizontal, di mana komunikator politik dengan komunikan (masyarakat) bersifat sejajar atau seimbang sehingga memungkinkan kedua

⁷ Morissan dkk, *Teori Komunikasi Massa* (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2013), 126.

⁸ Herbert Blummer, *Symbolic Interactionism: Perspective and Methode*, dalam Karen Foss and Little John, *Teori Komunikasi (Theoris of Human Communication)* (Jakarta: Salemba, 2009), 155.

⁹ Zein Abdullah, *Strategi Komunikasi Politik dan Penerapannya* (Bandung: Simbiosis, 2008), 99.

belah pihak saling mengirim dan menerima pesan. Kondisi ini dapat dilihat dalam sebuah kampanye terbuka yang bersifat dialogis di mana aktor politik dan masyarakat dapat saling mengirimkan pesan secara langsung. Kedua, komunikasi politik linear di mana arus pesan atau informasi yang dikirimkan oleh komunikator politik cenderung bersifat satu arah vertical (top down) antara komunikator politik dan masyarakat tidak bisa berkomunikasi secara langsung.¹⁰ Strategi yang pertama dapat dilihat dalam sistem yang demokratis, sementara strategi yang kedua dapat dilihat dalam sebuah pemerintahan yang bersifat feodalistik.

Dalam Islam sendiri, politik itu disebut dengan istilah siyasah yang berarti mengatur, mengendalikan, mengurus, dan memimpin. Dalam siyasah terkandung dua dimensi. Pertama, tujuan yang hendak dicapai melalui proses pengendalian. Kedua, cara mengendalikan tujuan tersebut.¹¹

Jadi politik dalam pandangan Islam itu tidak hanya terkait dengan tujuan yang hendak dicapai, tapi juga terkait dengan siasat, cara, atau strategi untuk menggapai tujuan tersebut. Karenanya Ibnu Qayyim mengatakan bahwa politik itu adalah segala perbuatan (cara dan tujuan) yang membawa manusia lebih dekat kepada kemaslahatan dan lebih jauh dari kemafsadatan.

D. Perang Simbol Komunikasi Politik

Pilkada merupakan panggung dramaturgi para calon, tempat di mana ia membangun citra dengan mempermainkan simbol-simbol politik yang dikemas sedemikian rupa. Setidaknya sepanjang penelusuran penulis, ada beberapa simbol menarik yang bisa kita lihat dalam pilkada KLU tahun ini, mulai dari penamaan paket, penggunaan atribut, sampai tagline dari masing-masing calon.

Pasangan nomor urut satu menamai paket mereka dengan JODA, nama ini merupakan akronim dari nama Djohan Syamsu dan Danny Karter

¹⁰ *Ibid.*, 109.

¹¹ Abd. Muin Salim, *Fiqh Siyasah: Konsepsi Kekuasaan Politik dalam Al-Qur'an* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), 17.

Febrianto Ridwan tapi lebih jauh dari itu pemberian nama JODA ini juga merupakan salah satu strategi kampanye yang menarik mengingat JODA merupakan salah satu judul film kolosal yang banyak digemari khususnya oleh masyarakat Kabupaten Lombok Utara.

Selain penamaan paket, yang menarik dari pasangan JODA ini juga terkait penggunaan tagline dalam spanduk, baliho, maupun ketika melakukan kampanye. Tagline yang mereka angkat yaitu SANGGUP diikuti dengan kepalan tangan. Tagline ini awalnya merupakan respon atas tagline S14P dari pasangan NADI. Kata SANGGUP dan kepalan tangan ini merupakan simbol kesiapan pasangan ini menerima mandat dari masyarakat Kabupten Lombok Utara.

Strategi simbolik lain yang digunakan pasangan ini untuk menarik diferensiasi dengan lawan politiknya yaitu penggunaan kata JADUP yang merupakan akronim dari DJohAn-Dani SanggUP. Penggunaan istilah ini menarik karena Jatah Hidup (JADUP) berupa uang santunan sebesar 600 ribu rupiah perkepala yang dijanjikan pemerintah pusat kepada masyarakat KLU sampai saat ini belum diberikan kepada masyarakat. Problem ini dinilai sebagai salah satu kegagalan lawan politik mereka yang tengah menjabat sebagai Bupati saat ini.

Sementara itu pasangan lainnya menamakan paket mereka dengan NADI yang merupakan akronim dari Najmul-Suhardi. Dalam wawancara yang penulis lakukan dengan Endri Susanto selaku Ketua TIM Ikhtiar mengatakan, secara filosofis NADI merupakan referensiasi dari kebutuhan utama manusia, tanpa (urat) nadi maka kehidupan manusia akan berakhir. Dengan kata lain paket NADI ini merupakan kebutuhan utama masyarakat KLU saat ini agar pembangunan di KLU tetap dapat dilanjutkan dengan berkesinambungan.

NADI mengusung tagline S14P dengan posisi tangan mengambil sikap hormat, gerakan ini merupakan simbol penghormatan terhadap seluruh elemen masyarakat yang ada di Kabupaten Lombok Utara.¹² Sikap hormat dalam arti

¹² Endri Susanto, *Wawancara* 15 November 2020.

pasangan ini merupakan paket yang menghormati keberagaman sosial masyarakat yang ada di KLU. Adapun kata S14P menunjukkan bahwa pasangan ini siap memimpin dan memajukan kembali Kabupaten Lombok Utara.¹³

Selain perang simbol penamaan paket dan tagline tersebut, yang tidak kalah menariknya juga adalah pembangunan posko-posko pemenangan di sepanjang jalan KLU mulai dari Kecamatan Pemenang sampai kecamatan Bayan. Posko-posko pemenangan tersebut mudah dikenali karena setiap pasangan menampilkan warna yang kontras satu sama lain. Brugaq pemenangan pasangan JODA identik dengan warna putih dan hijau, warna ini identik dengan warna partai Kebangkitan Bangsa (PKB) sebagai partai pengusung utama paket ini. Sedangkan brugaq pemenangan paket NADI identik dengan warna biru yang melambangkan warna partai Demokrat, partai pengusung utama paket NADI.

Dengan adanya perbedaan warna yang mencolok dari setiap brugaq pemenangan tersebut membuat para simpatisan mudah dikenali. Warga masyarakat yang duduk di brugaq warna biru akan diidentifikasi sebagai pendukung NADI, begitupun sebaliknya. Hal ini membuat brugaq sudah tidak lagi menjadi ruang publik tempat di mana semua kalangan bisa berkumpul dan berinteraksi satu sama lain.

Selain hal-hal tersebut di atas, dalam gambar di lembaran surat suara pemilihanpun kedua calon ini membangun identitas masing-masing melalui penggunaan simbol pakaian. Djohan Syamsu menggunakan peci hitam yang identik dengan gaya birokrat, adapun pasangannya Dnny menggunakan baju putih khas yang sering digunakan Ketua Umum partai Gerindra Prabowo Subianto. Sementara itu kompetitornya yakni Najmul Akhyar menggunakan kemeja dan peci putih disertai surban, hal meneguhkan posisinya sebagai

¹³ Penggunaan kata S14P ini juga diakui memang dipengaruhi oleh tagline partai Demokrat di tingkat pusat. Partai Demokrat menggunakan tagline ini karena dalam Pemilu tahun 2019 partai ini mendapat nomor urut 14, sehingga dalam kata S14P terdapat angka 14.

salah seorang tokoh agama di KLU. Sedangkan wakilnya Suhardi menggunakan jas dan peci hitam yang identik dengan setelan birokrat.

Berbagai bentuk aksi teatrical yang dilakukan oleh para kontestan politik itu semuanya bertujuan untuk menarik simpati dari masyarakat. Pilkada merupakan panggung tempat para calon bermain peran agar para penonton terkesima, sehingga terbangun kesan positif bagi masing-masing calon.

E. Penggunaan Simbol Sebagai Strategi Komunikasi Politik

Perang tagline dan simbol dalam Pilkada KLU ini menisbikkan bahwa bahasa (baik verbal maupun nonverbal) merupakan salah satu senjata yang cukup ampuh menarik minat pemilih. Bahasa menurut Saussure merupakan unit pembeda yang membuat manusia merasa menjadi bagian dari kelompok tertentu dan berbeda dengan kelompok lainnya.¹⁴ Penggunaan tagline SANGGUP dan S14P merupakan cara para aktor membangun deferensiasi dengan kelompok lain melalui mediaum bahasa. Dengan adanya perbedaan tagline ini masyarakat dengan mudah mengidentifikasi diri mereka sebagai bagian dari pendukung siapa.

Penggunaan simbol apalagi jika disebarakan melalui media seringkali sukses dalam mendorong orang untuk menerima suatu kata atau tagline dan juga gerakan (gesture) sebagai simbol yang memiliki makna melebihi makna sebenarnya.¹⁵ Penggunaan simbol dalam Pilkada dapat juga dilihat sebagai cara membangun citra politik agar tertanam ideologi kelompok, sehingga muncul stigma jika Anda bukan bagian dari SANGGUP maka pasti Anda bagian dari S14P.

Demikian pula bahasa tubuh (komunikasi nonverbal) berupa kepalan tangan dan sikap hormat yang diperagakan oleh setiap calon dan relawan. Kesemuanya merupakan upaya menjadikan simbol sebagai daya tarik pemilih. Terlebih dalam interaksi kita sehari-hari 70% kita menggunakan bahasa

¹⁴ John Fiske, *Cultural and Communication Studies, Sebuah Pengantar Paling Komprehensif* (Yogyakarta: Jalasutra, 2004), 92.

¹⁵ Henry Subiakto dan Rachmah Ida, *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi* (Jakarta; Kencana Prenada Media Group, 2012), 39.

nonverbal dibanding bahasa verbal. Dalam momen Pilkada, penggunaan simbol identik dengan “show” pamer, menonjolkan kelompok dengan membuat jargon-jargon atau tagline tertentu yang akan memudahkan massa pemilih dalam mengingat calon mereka. Politik simbol ingin membuat calon pemilih terpesona, kagum, serta meningkatkan popularitas dan soliditas di internal TIM.

Dalam Pilkada KLU proses showing ini dilakukan dengan penggunaan atribut dalam foto surat suara. Djohan menggunakan pakaian birokrat agar lebih diterima oleh semua kalangan mengingat KLU merupakan salah satu daerah yang plural di propinsi NTB. Sedangkan Wakilnya Dany K. Febrianto menggunakan pakaian putih khas partai Gerindra tidak terlepas dari strategi perang simbolik karena partai ini merupakan partai pemenang Pemilu di Kabupaten Lombok Utara yang membuat partai ini menguasai kursi di parlemen.

Sedangkan Najmul Akhyar yang menggunakan kemeja dan peci putih plus surban ini merupakan peneguhan posisinya sebagai tokoh agama di Kabupaten Lombok Utara, sebab selain menjadi pimpinan dua pondok pesantren yakni Hidayaturrahman dan Nurul Iman ia juga menjabat sebagai Pimpinan Daerah Nahdlatul Wathan KLU. Di samping itu penggunaan atribut tokoh agama tersebut dapat juga dimaknai sebagai strategi politik untuk menarik suara dari ceruk pemilih muslim yang merupakan pemilih mayoritas di Kabupaten Lombok Utara.

Pilkada memang mensyaratkan penggunaan simbol secara massif mengingat sitem pemilihannya secara langsung oleh masyarakat. Oleh karenanya setiap calon harus meningkatkan popularitas agar mudah diingat oleh calon pemilih. Wajar jika kemudian ruang publik kita dipenuhi oleh penggunaan simbol dan atribut masing-masing calon. Pilkada di KLU menjadi salah satu contoh menarik bagaimana setiap calon berperang menggunakan simbol.

F. Kesimpulan

Penggunaan simbol dalam pilkada Kabupaten Lombok Utara oleh pasangan JODA dan NADI merupakan salah satu strategi komunikasi politik untuk menarik simpati masyarakat. Pasangan JODA menggunakan tagline SANGGUP dengan gesture kepalan tangan untuk memberikan pesan kepada masyarakat bahwa pasangan ini sanggup mengembalikan marwah KLU melalui program-program mereka. Sedangkan pasangan NADI menggunakan tagline S14P dengan gesture tangan hormat sebagai simbol pasangan ini siap melanjutkan kembali pembangunan di Kabupaten Lombok Utara pada priode kedua kepemimpinannya.

Penekanan berlebihan terhadap penggunaan simbol ini membuat pilkada menjadi menarik tapi kurang bermutu. Alih-alih fokus pada visi-misi pembangunan setiap calon, masyarakat justru disibukkan dengan perang simbol dari masing-masing kandidat. Oleh karenanya yang mesti kita ingat dari pilkada ini yaitu simbol hanya atribusi yang kerap tidak mewakili substansi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Zein, *Strategi Komunikasi Politik dan Penerapannya* (Bandung: Simbiosis, 2008)
- Basuki, Heru, *Penelitian Kualitatif: Untuk Ilmu-ilmu Kemanusiaan dan Budaya* (Jakarta: Universitas Gunadarma, 2006)
- Changra, Hafied, *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi* (Jakarta: Rajawali Press 2014)
- Creswell, John W., *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* (Jakarta: Pustaka Pelajar, 2012)
- Fiske, John, *Cultural and Communication Studies, Sebuah Pengantar Paling Komprehensif* (Yogyakarta: Jalasutra, 2004)
- Little John, Stephen W., dan Foss, Karen A., *Teori Komunikasi (Theoris of Human Communication)* (Jakarta: Salemba, 2009)
- Morissan dkk., *Teori Komunikasi Massa* (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia 2013)
- Muin Salim, Abd., *Fiqih Siyarah: Konsepsi Kekuasaan Politik dalam Al-Qur'an* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002)
- Nimmo, Dan, *Komunikasi Politik, Khalayak dan Efek* (Jakarta: Rosda Karya 2004)
- Subiakto, Henry dan Ida Rachmah, *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group 2012)
- Endri Susanto, Wawancara, Ketua TIM Ikhtiar Nadi
KPU Luncurkan Pilkada Serentak 2020 diakses dari laman
<https://republika.co.id/berita/qc3xy4314/kpu-luncurkan-pilkada-serentak-2020>
- Hanya KLU Berstatus Daerah Tertinggal di NTB, diakses dari laman
<https://www.suarantb.com/hanya-klu-berstatus-daerah-tertinggal-di-ntb>

Muhammad Syaoki dan Muhammad Fikri