

ABSTRAK

KOMUNIKASI POLITIK KEPALA ADAT DALAM PILKADA DI PESISIR BARAT TAHUN 2020

Oleh

FAHMI HASAN

Popularitas tokoh masyarakat sering kali justru menentukan kemana pilihan dijatuhkan. Kualitas dan rekam jejak selama ini menjadi acuan popularitas tokoh-tokoh yang bersaing dalam kontestasi politik lokal. Bagi tokoh masyarakat di Kabupaten Pesisir Barat, selain kualitas serta rekam jejak pemimpin selama ini, ikatan etnisitas dan kekerabatan masih sangat kental. Faktor semacam ini secara langsung memberi celah bagi peranan patron sebagai pengarah opini publik yang potensial di ranah politik. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana komunikasi politik kepala adat dalam Pilkada tahun 2020 di Pesisir Barat ditinjau dari model manajemen strategis Thomas L. Wheelen & J. David Hunger dan konsep komunikasi organisasi menurut Goldhaber.

Penelitian ini menggunakan metode studi deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan studi pustaka. Informan pada penelitian dipilih sebanyak enam orang yakni Kepala Adat Marga Way Sindi, Marga Way Napal, Marga Bengkumat Belimbing, Marga Ngaras, serta informan tambahan sebanyak dua orang yang berasal dari tokoh masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 4 (empat) elemen dalam teori manajemen strategi dilakukan kepala adat dalam menjalankan komunikasi politiknya pertama dengan mengamati lingkungan lewat peran adatnya kepada suku bidang, tetua adat dan masyarakat, kedua melakukan formulasi strategi dengan cara berkordinasi dan konsolidasi kepada pasangan calon dan bidang suku, ketiga mengimplementasikan strategi dengan turun langsung ke masyarakat untuk mematenkan program dan visi misi yang ada, terakhir melakukan evaluasi dan pengawasan dengan cara memberikan masukan dan evaluasi kepada para pasangan calon apabila dibutuhkan. Adapun secara konsep komunikasi organisasi, komunikasi yang dilakukan kepala ada sudah sesuai dan berhubungan dengan 7 (tujuh) konsep komunikasi organisasi.

Kata Kunci: manajemen strategi, komunikasi organisasi, kepala adat

ABSTRACT

POLITICAL COMMUNICATION OF TRADITIONAL HEADS IN THE 2020 PESISIR BARAT ELECTIONS

Oleh

FAHMI HASAN

The popularity of public figures often determines which choice is made. In this case, quality and track record have been the reference for the popularity of figures competing in local political contestations. Factors like this directly provide an opening for the role of patrons as potential directors of public opinion in the political realm. This research aims to see how traditional heads political communication in the 2020 regional elections on the West Coast in terms of the strategic management model of Thomas L. Wheelen & J. David Hunger and the concept of organizational communication according to Goldhaber. This research uses a qualitative descriptive study method, with data collection techniques through in-depth interviews and literature study. Six informants were selected for the research, namely the traditional head of the Way Sindi clan, the Way Napal clan, the Bengkumat Belimbing clan, the Ngaras clan, and two additional informants who came from community figures. The results of the research show that four elements in strategic management theory are in carrying out their political communications, first by observing the environment through their traditional roles towards tribal groups, traditional elders and the community, formulating strategies by coordinating with candidate pairs and in the tribal sector, implementing strategies by going directly to the community to existing programs and vision and mission, finally carrying out evaluation and supervision by providing input and evaluation to candidate pairs. The communication carried out by the head is appropriate and related to the 7 concepts of organizational communication.

Keywords: strategic management, organizational communication, traditional leaders