

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP MAHYELDI ANSHARULLAH
DALAM MENGHADAPI PILKADA SERENTAK 2018
(STUDI KASUS DI KOTA PADANG)**

Elfi Yusra

Ilmu Sosial Politik, FIS, Universitas Negeri Padang, Jl.Prof. Dr. Hamka Kampus Air Tawar Padang,
25171

INFORMASI ARTIKEL

Diterima: 15 November 2018
Direvisi: 18 November 2018
Diterbitkan: 21 November 2018

KATA KUNCI

Persepsi masyarakat, personal branding, Pilkada

KORESPONDEN

No. Telepon: -

E-mail: elfigomez1@gmail.com

A B S T R A K

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi masyarakat terhadap Bapak Mahyeldi dalam menghadapi Pilkada Serentak 2018 ditinjau dari indicator credibility, power dan attractiveness. Mahyeldi merupakan salah seorang paslon dalam Pilkada serentak 2018 di kota Padang yang diusung Partai PKS. Setelah dilakukan pengumuman suara, bapak Mahyeldi dan wakilnya terpilih menjadi paslon yang mendapat suara terbanyak di banding paslon lainnya. Sebelumnya pada pilkada periode 2014 bapak Mahyeldi juga memenangkan suara terbanyak bersama wakilnya. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan jenis kuantitatif. Populasi penelitian adalah pemilih di Kecamatan Padang Utara berjumlah 82.272 orang. Pengambilan sample menggunakan teknik Simple Random Sampling dengan rumus Slovin. Sehingga memperoleh sample sebanyak 100 orang. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket. Analisis data menggunakan rumus persentase. Temuan penelitian menunjukkan (1) persepsi masyarakat terhadap credibility Mahyeldi berada pada kriteria baik dengan indikasi 80,92%, (2) persepsi masyarakat terhadap power Mahyeldi berada pada kriteria baik dengan indikasi 82,8%, dan (3) persepsi masyarakat terhadap attractiveness Mahyeldi berada pada kriteria baik dengan indikasi 82,7 %

PENDAHULUAN

Persepsi masyarakat adalah suatu proses ulang dilakukan sekelompok manusia hidup dan tinggal bersama dalam wilayah tertentu dan memberikan pemahaman atau tanggapan terhadap hal-hal atau peristiwa yang terjadi dilingkungannya dan memberikan tanggapan yang bersifat positif maupun negative mengenai suatu hal. Menurut Robbins (2001) ada tiga faktor yang mempengaruhi persepsinya masyarakat yaitu pelaku persepsi, target dan situasi.

Peneliti sebelumnya menemukan persepsi masyarakat terhadap kredibilitas bupati incumbent pada pilkada oleh niken lestarini sangatlah bagus baik ditinjau dari persepsi komunikasi, sifat komunikasi dan media digunakan. Dan peneliti juga menemukan realitas citra politik Tri Rismaharani oleh Ali Sahab adalah risma hanya melakukan kebijakan populis, kebijakan yang hanya menggugah perasaan (emosi) masyarakat saja dan cenderung menyembunyikan realitas yang ada. Sedangkan peneliti akan mengkaji persepsi masyarakat terhadap Mahyeldi dalam menghadapi pilkada serentak 2018 di kota padang.

Mahyeldi merupakan salah seorang paslon dalam pilkada serentak 2018 di kota Padang yang diusung oleh partai PKS. Setelah dilakukan pengumuman suara, bapak Mahyeldi dan wakilnya terpilih menjadi paslon yang mendapat suara terbanyak dibanding paslon yang lainnya. Sebelumnya pada pilkada periode 2014 bapak Mahyeldi juga memenangkan suara terbanyak menjadi walikota padang. Dan pilkada periode 2009 juga terpilih menjadi wakil walikota padang. Maka dapat disimpulkan bahwa adanya tingkat kepercayaan yang tinggi dari masyarakat terhadap bapak Mahyeldi. Sebagai politikus hal ini tentu merupakan suatu hal yang positif bagi perkembangan kader partai kedepannya. Melihat gejala tersebut maka peneliti ingin merumuskan bagaimana persepsi

masyarakat terhadap Mahyeldi dalam pilkada serentak 2018.

Pentingnya peneliti mengambil tema ini adalah untuk mendeskripsikan persepsi masyarakat terhadap bapak mahyeldi selaku calon dari pemilihan kepala daerah yang sudah memenangkan beberapa kali pilkada sebelumnya dan mendapat kepercayaan dari masyarakat. Adapun manfaatnya, hasilnya bisa dijadikan pendidikan politik bagi masyarakat untuk memilih wakil rakyat yang memiliki kemampuan, kompetensi dan kapabilitas dalam memimpin sehingga aspirasi masyarakat dapat direalisasikan. Dan bagi objek yang diteliti bisa menjadi bahan masukan atau sumbangan pemikiran bagi partai dalam rangka meningkatkan kualitas anggotanya.

Berbicara tentang calon kepala daerah maka tidak lepas dari topik personal branding. Personal branding menjadi hal yang cukup penting bagi semua orang terlebih bagi mereka yang ingin mencalonkan diri sebagai wakil rakyat yang akan dipilih secara demokrasi. Ini dibutuhkan sebagai identitas dirinya dimasyarakat agar dihargai dan dikenal oleh orang lain.

Personal branding adalah proses membentuk persepsi masyarakat terhadap aspek-aspek yang dimiliki oleh seseorang, diantaranya adalah kepribadian, kemampuan, atau nilai-nilai, dan bagaimana semua itu menimbulkan persepsi positif dari masyarakat yang pada akhirnya dapat digunakan sebagai alat pemasaran (Haroen, 2014; 13). Ada delapan hukum pembentukan *personal branding* (*The Eight Laws of Personal Branding*) menurut Montaya (dalam Haroen, 2014:67-59) yaitu spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, kekhasan, visibilitas, kesatuan, keteguhan dan nama baik.

Dalam konteks politik, seorang calon perlu melakukan penggalan mengenai sesuatu yang bernilai tentang dirinya, sehingga ketika dipublikasikan ada informasi yang layak disampaikan. Orang yang mengelola *Personal*

Branding dengan baik, cenderung mendapat popularitas sesuai atau mendekati harapannya. Pemimpin yang ideal layaknya memenuhi 3(tiga) unsur kualifikasi, yakni : *credibility*, *power* dan *attractiveness*. (Praktiko : 1982).

a. *Cradebility*

Cradebility yaitu kepercayaan atau rasa percaya diri yang diberikan atau ditonjolkan oleh seorang *public figure* kepada masyarakat. Hal ini bisa berupa janji-janji atau sumpah atau hal lain yang sejenis. Ini bisa terdapat pada figur pemimpin atau tokoh masyarakat yang menjadi teladan. Kredibilitas adalah kualitas, kapabilitas, atau kekuatan untuk menimbulkan kepercayaan. Aplikasi umum yang sah dari istilah kredibilitas berkaitan dengan kesaksian dari seseorang atau suatu lembaga selama konferensi. Kesaksian haruslah kompeten dan kredibel apabila ingin diterima sebagai bukti dari sebuah isu yang diperdebatkan dimana melibat kredibilitas pemimpin bisa dilihat dengan gaya kepemimpinannya. Gaya kepemimpinan adalah adalah suatu cara yang dipergunakan oleh seorang pemimpin dalam mempengaruhi perilaku orang lain. Masing-masing pemimpin mempunyai gaya yang ingin memancarkan kepemimpinannya

b. *Power*

Power yaitu kekuatan atau kekuasaan yang dimiliki atau yang menonjol dari seorang figur. Hal ini merupakan sesuatu yang dihormati atau di pandang oleh masyarakat yang telah menjadi teladan dan dikenal oleh masyarakat luas dan dalam waktu yang lama

c. *Attractiveness*

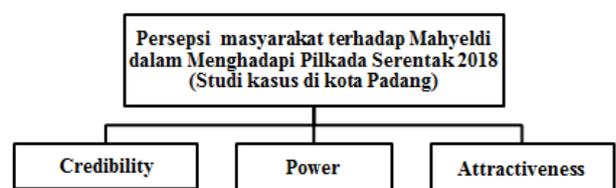
Attractiveness yaitu daya tarik yang dimiliki oleh figur tertentu. Ini biasanya dimiliki oleh kalangan artis (selebriti) dipandang dari segi fisik maupun kharisma yang dimiliki figur tersebut. Dalam hal fisik dilihat dari segi penampilan, ketampanan, karakter, dan lainnya yang melekat pada diri *public figure*

Pelaksanaan Pemilukada secara langsung sejalan dengan upaya pengembangan dan penguatan sarana demokrasi kedaulatan rakyat dalam NKRI yang berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Dimana Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah dipilih secara langsung oleh rakyat yang dilaksanakan secara demokratis berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil melalui pemungutan suara.

Proses pemilihan Kepala Daerah dilaksanakan melalui beberapa tahapan dimulai dari masa persiapan dan tahap pelaksanaan, meliputi : persiapan pemilihan, penyelenggaraan pemilihan, penetapan pemilih, pendaftaran dan penetapan pasangan calon, kampanye, pemungutan dan penghitungan suara, serta penetapan pasangan calon terpilih, pengesahan, dan pelantikan.

METODE PENELITIAN

Artikel ini merupakan hasil penelitian jenis deskriptif kuantitatif dengan tujuan untuk melihat persepsi masyarakat terhadap Mahyeldi dalam menghadapi pilkada yang ditinjau dari indicator *credibility*, *power* dan *attractiveness*. Populasi penelitian adalah pemilih tetap dikecamatan padang utara berjumlah 82.272 orang. Pengambilan sample menggunakan teknik simple ramdom sampling dengan rumus slovin yaitu pembagian sample dari anggota populasi dengan menggunakan acak tanpa memperhatikan strata. Sehingga memperoleh sample sebanyak 100 orang. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket yang disusun berdasarkan skala Guttman dan skala Likert. Analisis data menggunakan rumus persentase dengan skala masing-masing.



Gambar 1. Kerangka konseptual

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan sebelumnya, maka pembahasan yang sesuai dengan pertanyaan penelitian yang diajukan akan dijelaskan berikut ini.

a. Persepsi Masyarakat Terhadap Kredibilitas Mahyeldi

Table 1. Distribusi Responden Terhadap Kredibilitas Kandidat

No	Indicator	Skor	Persentase (%)	Kategori
1	Spesialisasi	366	73,2	Baik
2	Kinerja	423	84,6	Baik
3	Komitmen janji	399	79,8	Baik
4	Memperjuangkan aspirasi rakyat	418	83,6	Baik
5	Tanggung jawab	417	83,4	Baik
Rata-rata			80,92%	Baik

Sumber : *Diolah dari sumber pengolahan data*

Berdasarkan table diatas dapat dilihat beberapa indikator dari kredibilitas kandidat. Diantaranya spesialisasi kandidat, kinerja, komitmen kandidat terhadap janji, dan kemampuan kandidat memperjuangkan aspirasi rakyat. Dari hasil olahan data terlihat kredibilitas kandidat berada dalam kategori baik.

Sesuai dengan definisi kredibilitas yaitu kepercayaan atau rasa percaya diri yang diberikan atau ditonjolkan oleh seorang public figure kepada masyarakat. Hal ini bisa berupa janji-janji atau sumpah atau hal lain yang sejenis. Ini bisa terdapat pada Figure pemimpin atau tokoh masyarakat yang menjadi teladan (Praktiko : 1982). Dapat disimpulkan seorang pemimpin harus memiliki kredibilitas atau kepastian dari masyarakat untuk menjadi pemimpin sehingga akan menimbulkan kepercayaan diri pemimpin tersebut. Berkaitan dengan kredibilitas/ kepastian Mahyeldi memperoleh rata-rata persentase sebesar 80,92 % berarti kepastian yang

dimiliki Mahyeldi bisa dikatakan cukup baik

b. Persepsi Masyarakat Terhadap Power Mahyeldi

Table 2. Distribusi Responden Terhadap Power Mahyeldi

No	Indicator	Skor	Persentase (%)	Kategori
1	Mampu mempengaruhi massa	399	79,8%	Baik
2	Memimpin pemerintahan	410	82%	Baik
3	Berkomunikasi dengan baik	424	84,8%	Baik
4	Mampu mengatasi masalah pemerintahan	402	80,4%	Baik
Rata-rata			81,75%	Baik

Sumber : *Diolah dari sumber pengolahan data*

Terkait dengan persepsi masyarakat terhadap power Mahyeldi dilihat dari indikator kemampuan mempengaruhi massa memperoleh skor 399 dengan persentase 79,8%, Mahyeldi mampu memimpin pemerintahan memperoleh skor 410 dengan persentase 82%, Mahyeldi mampu berkomunikasi dengan baik memperoleh skor 424 dengan persentase 84,8 % dan Mahyeldi mampu mengatasi masalah pemerintahan dengan memperoleh skor 420 dengan persentase 84%

Sesuai dengan teori bahwa power adalah kekuatan atau kekuasaan yang dimiliki atau yang menonjol dari seorang figur. Hal ini merupakan sesuatu yang dihormati atau di pandang oleh masyarakat yang telah menjadi teladan dan dikenal oleh masyarakat luas dan dalam waktu yang lama. Dapat disimpulkan bahwa seorang pemimpin harus mempunyai kekuasaan yang menonjol di masyarakat yang menjadi teladan dan dikenal oleh masyarakat dalam

waktu yang lama. Berkaitan dengan power Mahyeldi memperoleh rata-rata persentase sebesar 82,8 % berarti kepantasan yang dimiliki Mahyeldi bisa dikatakan cukup baik.

c. Persepsi Masyarakat Terhadap *Attractiveness* Mahyeldi

Table.3 Distribusi responden terhadap *attractiveness* Mahyeldi

No	Indicator	Skor	Persentase (%)	Kategori
1	Personality	417	83,4%	Baik
2	Persistency (kerajinan dan ketekunan)	409	81,8%	Baik
3	Mampu mengendalikan emosi	419	83,8%	Baik
4	Berhati-hati dalam bekerja	405	81%	Baik
5	Teladan Rata-rata	412	82,4%	Baik
			82,7%	Baik

Sumber : Diolah dari sumber pengolahan data

Terkait dengan persepsi responden terhadap *attractiveness* Mahyeldi dengan indikator memiliki sosok pribadi yang personality memperoleh skor 417 dengan persentase 83,4 %, sosok yang rajin dan tekun bekerja memperoleh skor 409 dengan persentase 81,8 %, sosok yang berhati-hati dalam bekerja memperoleh skor 405 dengan persentase 81 %, sosok yang memiliki keteladanan dalam waktu yang lama memperoleh skor 412 dengan persentase 82,4 %, sosok yang mampu mengendalikan emosi memperoleh skor 419 dengan persentase 83,8% dan responden mengetahui prestasi dari kandidat memperoleh skor 84 dengan persentase 84 %

Sesuai dengan teori *Attractiveness* yaitu daya tarik yang dimiliki oleh figur tertentu. Ini biasanya dimiliki oleh kalangan artis (selebriti) dipandang dari segi fisik maupun kharisma yang dimiliki figur

tersebut. Dalam hal fisik dilihat dari segi penampilan, ketampanan, karakter, dan lainnya yang melekat pada diri public figure. Maka dapat disimpulkan bahwa seorang pemimpin harus memiliki daya tarik atau performance terhadap masyarakat yang mana bisa dilihat dari segi fisik maupun karismanya. Berkaitan dengan *attractiveness* Mahyeldi memperoleh rata-rata persentase sebesar 82,7 % berarti kepantasan yang dimiliki Mahyeldi bisa dikatakan cukup baik. 82,7

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan maka dapat diambil kesimpulan mengenai persepsi masyarakat Padang Utara terhadap kandidat partai PKS dalam menghadapi Pilkada Serentak 2018, temuan penelitian ini dapat disimpulkan :

1. Persepsi masyarakat terhadap *credibility* Mahyeldi

Terkait dengan persepsi masyarakat terhadap *credibility* Mahyeldi dalam menghadapi Pilkada berada pada kriteria cukup baik dengan indikasi 80,92 %

2. Persepsi masyarakat terhadap *power* Mahyeldi

Berkaitan dengan persepsi masyarakat terhadap *power* Mahyeldi dalam menghadapi Pilkada berada pada kriteria cukup baik dengan indikasi 82,8 %

3. Persepsi masyarakat terhadap *attractiveness* Mahyeldi

Terkait dengan persepsi masyarakat terhadap *attractiveness* Mahyeldi berada pada kriteria cukup baik dengan indikasi 82,7 %

Berdasarkan kesimpulan diatas maka peneliti ingin menyampaikan beberapa saran terkait dengan hasil yang diperoleh dari pengungkapan penelitian ini :

1. Diharapkan kepada partai PKS untuk bisa mempertahankan dan meningkatkan kredibilitas kandidat dan kualitas partai.

2. Diharapkan kepada bapak Mahyeldi yang terpilih menjadi walikota Padang bisa menjalankan visi dan misi, serta memikirkan apa yang dibutuhkan rakyat.
3. Kepada masyarakat diharapkan selalu update mengenai informasi-informasi politik terbaru khususnya tentang partai politik beserta para politisi atau kadernya
4. Diharapkan penelitian ini dapat cobakan juga pada penelitian kandidat partai-partai lainnya dalam menghadapi Pilkada ataupun Pemilihan Legislatif nantinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Haroen,Dewi. 2014. *Personal Branding Kunci Kesuksesan di Dunia Politik*.Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Lestardini, Niken. 2015. *Kredibilitas Bupati Incumbent Pada Pilkada 2015 Di Kabupaten Ponorogo*. Jurnal Aristo Vol.3.no.2 Juli 2015
- Syamdani, dkk. 2017.Mahyeldi : *Memimpin Adalah Melayani* .Jakarta:Teras
- Robbins, Stephen P. 2001.*Perilaku Organisasi:Konsep, Kontroversi, Aplikasi*. Jakarta: Prenhallindo
- Sahib,Ali.2017.*Realitas Citra Politik Tri Rismaharani*.Jurnal Masyarakat, Kebudayaan Dan Politikvol.30.1 Tahun 2017