

Strategi Komunikasi Politik Rudy Chua Dalam Pemilihan Umum Anggota DPRD Provinsi Kepulauan Riau Tahun 2019

Oleh
Dewi Ayu Saputri
NIM. 180565201012

Abstrak

Dalam proses pengisian lembaga legislatif diisi melalui kontestasi politik (pemilu) baik itu tingkat nasional, provinsi maupun kabupaten/kota. Rudy Chua politisi yang memulai karier politik sejak tahun 2004 hingga sekarang. Konsisten mencalonkan diri sebagai caleg tingkat provinsi Kepri dan berhasil terpilih selama 4 periode pemilihan. Strategi komunikasi politik apa yang digunakan dalam mempertahankan suara pemilih. Untuk itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi politik yang digunakan Rudy Chua dalam pemilu anggota DPRD provinsi Kepri tahun 2019 dengan menggunakan teori unsur-unsur komunikasi politik dan *marketing politic*. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan dengan melakukan observasi, wawancara pada informan dan studi dokumentasi. Adapun hasil dari penelitian ini adalah Rudy Chua menggunakan strategi *pass political marketing*. Penggunaan lembaga yaitu Taruna Bangsa untuk melakukan pengenalan dan pengingatan kembali tentang Rudy Chua, dibutuhkan atau tidak di masyarakat. Rudy merupakan kader dari partai Hanura dan sebagai anggota dewan periode sebelumnya sehingga telah memiliki *image* politik yang terbangun di masyarakat. Strategi lainnya adalah dengan melakukan STP (Segmentasi, *Targeting*, *Positioning*) kepada pemilih agar dapat memetakan pemilih berdasarkan wilayah dan lainnya. Rudy dengan latar belakang beretnis Tionghoa, telah memiliki *trust* bagi para pemilih Tionghoa. Dengan begitu, pendekatan yang dilakukannya adalah sama, tidak membeda-bedakan agar tidak dibedakan. Hal tersebut menghasilkan efek yaitu memperoleh dukungan dari masyarakat yang memilihnya sehingga berhasil terpilih menjadi anggota DPRD provinsi Kepri periode 2019-2024.

Kata Kunci: Pemilu, Strategi Komunikasi Politik, Rudy Chua

***Rudy Chua's Political Communication Strategy in the 2019
General Election of Members of the Riau Islands Provincial Parliament***

**Dewi Ayu Saputri
NIM. 180565201012**

Abstract

In the process of filling the legislative institution, it is filled through political contestation (elections) at the national, provincial and district/city levels. Rudy Chua is a politician who started his political career since 2004 until now. Consistently ran for the provincial level of Kepri and managed to be elected for 4 election periods. What political communication strategies are used in retaining the votes of the electorate. For this reason, this study aims to determine the political communication strategy used by Rudy Chua in the 2019 Kepri provincial parliamentary election using the theory of elements of political communication and marketing politics. This research uses a qualitative descriptive approach and by conducting observations, interviews with informants and documentation studies. The result of this study is that Rudy Chua used a pass political marketing strategy. The use of the institution, namely the National Cadets, to carry out introductions and reminders about Rudy Chua, whether needed or not in the community. Rudy was a cadre of the Hanura party and as a councillor in the previous period so that he had a built political image in the community. Another strategy is to conduct STP (Segmentation, Targeting, Positioning) to voters in order to map voters by region and others. Rudy, with an ethnic Chinese background, already has trust for Chinese voters. That way, the approach he takes is the same, not discriminating so as not to be distinguished. This resulted in the effect of gaining support from the people who elected him so that he was successfully elected as a member of the Kepri provincial parliament for the 2019-2024 period.

Keywords: Elections, Political Communication Strategy, Rudy Chua