

**GAYA KOMUNIKASI POLITIK ADY MAHYUDI DALAM
MEMENANGKAN PEMILIHAN KEPALA DAERAH KABUPATEN
BIMA PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT TAHUN 2024**

Muhsinin¹, Yaumal Asri Adi Hutasuhut²

Universitas Paramadina

E-mail: muhsini@students.paramadina.ac.id¹,
yaumal.adi@students.paramadina.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini maksud untuk menganalisis bagaimana Gaya Komunikasi Politik Ady Mahyudi Dalam Memenangkan Pemilihan Kepala Daerah (PILKADA) Kabupaten Bima tahun 2024. Kemenangan Ady Mahyudi menjadi menarik untuk diteliti karena keberhasilannya mengalahkan rival politiknya secara signifikan setelah dua kali mengalami kekalahan pada Pilkada sebelumnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ady Mahyudi menggunakan berbagai gaya komunikasi politik yang diklasifikasikan berdasarkan teori Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss, yaitu gaya mengendalikan, gaya kesetaraan, gaya berstruktur, dan gaya dinamis. Gaya komunikasi yang digunakan disesuaikan dengan konteks komunikasi dan karakteristik audiens, terutama dengan memanfaatkan media sosial untuk membangun citra, merespons aspirasi, serta menciptakan hubungan emosional dengan pemilih. Keberhasilan gaya komunikasi Ady Mahyudi terletak pada kemampuannya menyampaikan pesan politik secara lugas, bumi, dan personal, sehingga mampu meningkatkan kepercayaan dan loyalitas publik. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan studi komunikasi politik dan memberikan panduan praktis bagi kandidat kepala daerah dan tim kampanye dalam merancang gaya komunikasi yang efektif.

Kata Kunci: Gaya, Komunikasi, Politik, PILKADA.

Abstract

This study aims to analyze how Ady Mahyudi's Political Communication Style Wins the 2024 Bima Regency Regional Head Election (PILKADA). Ady Mahyudi's victory is interesting to study because of his success in significantly defeating his political rivals after experiencing two defeats in the previous Pilkada. This study uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques through observation, in-depth interviews, and documentation. The results of this study indicate that Ady Mahyudi uses various political communication styles classified based on the theory of Steward L. Tubbs and Sylvia Moss, namely controlling style, equality style, structured style, and dynamic style. The communication style used is adjusted to the communication context and audience characteristics, especially by utilizing social media to build an image, respond to aspirations, and create emotional relationships with voters. The success of Ady Mahyudi's communication style lies in his ability to convey political messages in a straightforward, down-to-earth, and personal manner, so as to increase public trust and loyalty. This study provides theoretical contributions to the development of political communication studies and provides practical guidance for regional head candidates and campaign teams in designing an effective communication style.

Keywords: Style, Communication, Politics, PILKADA.

1. PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara demokrasi yang menjunjung tinggi kekuasaan kerakyatan melaksanakan proses demokrasi dalam bentuk pemilihan umum. Proses pemilihan umum dilaksanakan melalui pemilihan legislatif dan pemilihan kepala daerah. Demokrasi melalui proses pemilihan umum memberikan kesempatan kepada seluruh warga negara Indonesia yang diatur mekanismenya oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pemilihan kepala daerah merupakan arena penting dalam demokrasi lokal. Kemenangan dalam Pemilihan Kepala Daerah (PILKADA) tidak hanya ditentukan oleh popularitas atau kekuatan finansial kandidat, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh bagaimana kandidat tersebut berkomunikasi (Yulianita & Zakiah, 2019). Gaya komunikasi politik menjadi instrumen krusial dalam membentuk persepsi publik, membangun kepercayaan, dan memobilisasi dukungan (McNair, 2011).

Komunikasi politik merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam dinamika politik kontemporer. Komunikasi politik bukan hanya sebagai sarana dalam menyampaikan pesan-pesan yang berbau politik, tetapi juga memainkan peran yang sangat vital dalam membentuk opini politik, di mana komunikasi politik dapat memengaruhi sebuah perilaku pemilih, sehingga akhirnya dapat menentukan sebuah hasil dalam kontestasi elektoral (Dalton dan Wattenberg 2000) dalam (Schmitt-Beck, 2009, p. 317).

Dalam konteks komunikasi politik, gaya komunikasi menjadi penting untuk dijadikan diskursus yang tidak kalah penting dengan strategi komunikasi karena merupakan salah satu penentu dari seluruh kalkulasi kemenangan suara dalam politik. Gaya komunikasi memungkinkan strategi komunikasi, media, pesan ataupun informasi dan khalayak termanfaatkan dengan baik oleh komunikator dalam mencapai tujuan politik.

Menurut Bracciale & Martella, (2017) bahwa gaya komunikasi politik merujuk pada cara seorang individu menampilkan dirinya dalam ranah politik melalui performa yang mencerminkan kepribadian serta strategi politiknya. Konsep ini terdiri dari dua aspek utama, yakni bentuk dan konten. Aspek bentuk mencakup elemen stagecraft, yang melibatkan pengaturan dan penggolaaan tampilan serta perilaku di depan publik, serta register, yang berkaitan dengan pilihan gaya bahasa serta cara penyampaian pesan. Sementara itu, aspek konten meliputi topik, yakni berupa isu atau tema yang di angkat, dan fungsi, yaitu tujuan atau maksud dari komunikasi tersebut, seperti membangun citra, memengaruhi opini, atau memperkuat dukungan.

Pemilihan Kepala Daerah (PILKADA) serentak tahun 2024 yang di gelar pada tanggal 27 November 2024 di 275 Kabupaten/Kota seluruh Indonesia termasuk di Kabupaten Bima. Pemilihan kepala daerah (Pilkada) Bima telah mengubah lanskap demokrasi di Kabupaten Bima. Bagaimana tidak, kemenangan pasangan calon Ady Mahyudi dan dr. Irfan sebagai Kepala Daerah pada pemilihan Kepala Daerah atau pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Bima tahun 2024 atas pasangan calon Muhammad Putera Feriyandi-Hj. Rostiati telah di 16 Kecamatan dari 18 Jumlah Kecamatan. Berjumlah 377.655 pemilih di 900 titik tempat pemungutan suara (TPS) di perebutkan oleh dua paslon hingga akhirnya rekapitulasi suara yang digelar tanggal 3 Desember 2024 pasangan Calon Bupati dan Calon Wakil Bupati Ady-Irfan unggul sebanyak 167.668 suara dibanding rivalnya pasangan calon Yandi-Ros yang meraih suara sebanyak 128.464 (Rafiin, 2024).

Soal politik di Bima khususnya Pilkada yang digelar 2024 kemarin begitu menarik untuk di teliti. Bagaimana tidak, salah satu dari pasangan Calon Bupati dan Calon Wakil Bupati merupakan figur yang sudah merasakan 2 kali kekalahan yang berturut-turut pada

kontestasi Pemilu Kepala Daerah Kabupaten Bima sebelumnya. Ady Mahyudi, seorang politisi Partai Amanat Nasional (PAN) Kabupaten Bima yang pada pileg 2019 meraih kursi legislator di Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) namun belum genap satu tahun pengabdianannya, dia memutuskan untuk mengundurkan diri dan memilih maju pada kandidasi Pemilihan Bupati Bima tahun 2020 sebagai calon Wakil Bupati bersama pasangannya H. Syafruddin. Tidak hanya 2020, Ady Mahyudi juga pada pilbup 2015 maju sebagai calon bupati bersama pasangannya Zubair.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis secara mendalam bagaimana gaya komunikasi politik memengaruhi kemenangan pemilihan kepala daerah. Penelitian ini akan mengidentifikasi berbagai gaya komunikasi politik yang digunakan oleh kandidat dalam Pilkada, menganalisis bagaimana gaya-gaya tersebut memengaruhi persepsi dan perilaku pemilih, dan mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas gaya komunikasi politik dalam konteks Pilkada. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi para kandidat, tim kampanye, dan pemangku kepentingan lainnya tentang bagaimana menggunakan gaya komunikasi politik secara efektif untuk memenangkan pemilihan kepala daerah.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah teknik yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dan informasi dengan tujuan utama menemukan solusi untuk masalah terkait penelitian serta mendapatkan pengetahuan baru dan memajukan teori yang sudah mapan. Penelitian kualitatif digunakan dalam bidang ini. Dengan berkonsentrasi pada masalah, analisis deskriptif berusaha menggambarkan atau menjelaskan secara lengkap peristiwa yang terjadi.

Jane Richie dalam Moleong (2007, p. 6) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai studi yang mencoba menangkap secara komprehensif fenomena apa yang dialami oleh subjek penelitian dengan menerapkan berbagai pendekatan alami melalui deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa dalam konteks tertentu alami. Dengan demikian, Poerwandari (2011) dalam Adiputra et al. (2021, p. 102) menunjukkan bagaimana data deskriptif dari penelitian kualitatif, seperti transkrip wawancara, catatan lapangan, gambar, foto, dan rekaman video, diproduksi dan diolah.

Studi ini bersifat deskriptif, artinya hanya memaparkan sebuah situasi atau peristiwa. Penelitian tidak mencari atau menjelaskan hubungan serta tidak menguji hipotesis (Rakhmat, 2008, p. 24).

Dalam penelitian kualitatif, konseptualisasi, kategorisasi, dan deskripsi dihasilkan berdasarkan "peristiwa" yang dikumpulkan selama kerja lapangan. Akibatnya, mungkin sulit untuk membagi pengumpulan data dari tanggung jawab analisis data. Keduanya berlangsung pada saat yang sama, dan prosesnya interaktif dan melingkar, bukan linier.

Teknik pengumpulan data dalam studi ini menggunakan beberapa cara diantaranya observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Observasi bermaksud untuk mendapatkan informasi yang penting, peneliti melakukan observasi langsung. Dia kemudian melakukan penelitian tentang tujuan dan objek masalah untuk menilai objektivitas dunia nyata, berdasarkan persiapan metodis. Menyetakan penelitian tentang gejala komunikasi yang berkaitan dengan masalah sosial, politik, dan budaya di masyarakat banyak dilakukan dalam bidang ilmu komunikasi dengan menggunakan metode observasi (observation research) (Pawito, 2007, p. 111). Wawancara mendalam adalah metode penelitian dimana peneliti melakukan kegiatan wawancara tatap muka secara mendalam dan terus menerus untuk menggali informasi yang lengkap dan detail dari Informan. Pada wawancara mendalam

peneliti tidak boleh membatasi respon informan, biarkan mengalir, artinya informan bebas memberikan jawaban (Kriyantono, 2006, p. 93), dan proses dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data atau informasi yang lazim digunakan dalam berbagai riset dan studi pengumpulan data. Pengumpulan data melalui pengamatan dan proses wawancara sering diikuti dengan kegiatan penelusuran dokumen. Proses dokumentasi bertujuan untuk memperoleh data yang mendukung analisis dan interpretasi data. Menurut Kriyantono (2006, p. 93) bahwa dokumentasi dapat berbentuk dokumen publik ataupun dokumen pribadi, buku-buku, makalah, rekaman serta tulisan-tulisan yang berkaitan dengan topik yang diteliti.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Ady Mahyudi

Ady Mahyudi adalah politisi dari Partai Amanat Nasional yang menjabat sebagai Bupati Bima masa jabatan 2025-2030 sejak dilantik oleh Presiden Prabowo Subianto di Istana Negara Jakarta tanggal 20 Februari 2025 dan merupakan Bupati Bima ke-11 (Renaldo, 2025).

Ady Mahyudi adalah seorang politisi dari Partai Amanat Nasional sekaligus sebagai Ketua Dewan Pimpinan Daerah PAN Kabupaten Bima. Sebagai seorang politisi tentunya Ady Mahyudi tidak selalu menemui jalan mulus dalam berkarir di politik. Jatuh bangun serta pahit manis urusan politik sepertinya bukan sesuatu yang baru bagi eks. Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) Daerah Pemilihan (DAPIL) IV.

Pasangan Ady Mahyudi dan dr. Irfan memiliki visi dan misi yang dapat di pahami oleh masyarakat Kabupaten Bima. Visi pasangan Bupati dan Wakil Bupati terpilih (Ady-Irfan) pada Pemilihan Kepala Daerah Bima adalah: Bima bermartabat yang berkemajuan, makmur, tangguh dan berkelanjutan. Sedangkan Misi pasangan Bupati dan Wakil Bupati terpilih (Ady-Irfan) pada Pemilihan Kepala Daerah Bima antara lain sebagai berikut:

1. Berakhlak, aman dan harmonis.
2. Membangun sumber daya manusia Bima yang berkemajuan, makmur, tangguh dan berkelanjutan.
3. Membangun kemandirian daerah untuk meningkatkan ekonomi masyarakat.
4. Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang bersih, transparan dan akuntabel.
5. Membangun kapasitas pemahaman dan pengalaman keagamaan untuk mewujudkan masyarakat yang bermartabat.
6. Memantapkan pembangunan infrastruktur dasar dan infrastruktur pendukung yang merata dan berkelanjutan.

Komunikasi

Secara sederhana, komunikasi ialah sebuah tindakan menyampaikan gagasan dari komunikator kepada komunikan melalui media atau lainnya yang mempengaruhi perilaku mereka. Kegiatan yang berhubungan dengan komunikasi biasanya mencakup pada pertukaran gagasan. Untuk itu, tindakan komunikasi didefinisikan sebagai tindakan penyaluran ide atau pesan untuk orang lain dengan tujuan menumbuhkan saling pengertian.

Menurut Thomas M. Scheiwadael dalam Mulyana (2001, p. 59) berpandangan bahwa komunikasi adalah sarana mengekspresikan serta mempertahankan identitas diri seseorang, menjalin ikatan sosial dengan orang dekat, sebagai bentuk upaya mempengaruhi orang lain agar bertindak dengan cara yang akan menghasilkan satu ruang.

Menurut Effendy (2009, p. 55) komunikasi bertujuan untuk menginformasikan, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi orang. Dinamika masyarakat tergantung pada bagaimana komunikasi komunitas bekerja, pada apakah pesan dapat meningkatkan wawasan

orang atau menghibur mereka untuk mempengaruhi perilaku mereka. Dalam komunikasi juga memiliki beberapa komponen penitng yang mana agar pesan yang akan disalurkan atau disampaikan dapat berjalan secara efektif, setiap individu harus melakukan kontrol, memberikan motivasi, meluapkan ekspresi emosional, dan membuat pilihan-pilihan keputusan. Komunikasi dalam kajian politik dapat dipahami sebagai upaya-upaya pembentukan. Misalnya, kesepakatan menyangkut bagaimana pembagian sumber daya kekuasaan (power sharing) atau bagaimana kesepakatan tersebut dibuat. Sementara komunikasi politik dalam kajian komunikasi politik dalam kajian komunikasi dipahami sebagai pesan bercirikan politik untuk memengaruhi pihak lain dalam pencapaian tujuan yang direncanakan. Dengan demikian, yang pertama. Fokus pada aktivitas politik, sementara yang kedua, fokus pada pesan bercirikan politik. Merujuk pendapat Sumarmo dalam Heryanto & Rumar, (2013, p. 30) bahwa studi komunikasi politik mencakup dua disiplin ilmu sosial, yakni ilmu politik dan ilmu komunikasi.

Komunikasi politik merupakan sebuah aktivitas komunikasi, baik verbal maupun nonverbal, yang memiliki muatan-muatan politik. Menurut Melvin L. DeFleur & Margaret H. DeFleur (2022, p. 21) kita dapat membaca sebuah aktivitas komunikasi kaitannya dengan politik dengan model transaksional simultan. Apabila definisi komunikasi dan definisi politik itu kita kaitkan dengan komunikasi politik, maka akan terdapat suatu rumusan sebagai berikut: “komunikasi politik adalah komunikasi yang diarahkan kepada pencapaian suatu pengaruh sedemikian rupa, sehingga masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi ini, dapat mengikat semua warganya melalui sanksi” yang ditentukan bersama oleh lembaga-lembaga politik” Dalam komunikasi politik (political communication) menurut Anggara, (2013, p. 47) lebih difokuskan pada fungsinya, yaitu untuk menghubungkan pikiran politik yang hidup dalam masyarakat, baik pikiran antara golongan, institusi, perkumpulan, ataupun sektor kehidupan politik masyarakat dengan sektor kehidupan politik pemerintah. Dengan demikian segala pola pemikiran, ide atau upaya untuk mencapai pengaruh, hanya dengan komunikasi dapat tercapainya segala sesuatu yang diharapkan, karena pada hakikatnya segala pikiran atau ide dan kebijaksanaan harus ada yang menyampaikan dan ada yang menerimanya, proses tersebut adalah proses komunikasi.

Gaya Komunikasi Politik

Gaya komunikasi merupakan kumpulan perilaku interpersonal tertentu yang digunakan dalam konteks tertentu yang berupa teknik penyampaian informasi yang baik dan menggunakan bahasa disebut sebagai gaya komunikasi. Gaya yang dimaksud dapat berupa verbal (kata-kata) atau nonverbal (bahasa tubuh, vokalisasi, penggunaan waktu, penggunaan ruang, penggunaan jarak).

Dalam proses penyampaian informasi, bahasa merupakan hal yang sangat penting. Teknik penting lainnya dalam berkomunikasi adalah dalam bentuk bahasa verbal. Hubungan manusia berbeda dengan hewan lain di bumi karena bahasa adalah bakat yang hanya dimiliki manusia. Ketika seseorang mengungkapkan pikirannya kepada orang lain, dapat dikatakan bahwa bahasa dan ucapan sedang berkembang.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa penggunaan bahasa, baik lisan maupun nonverbal (melalui bahasa tubuh), harus diperhatikan ketika proses komunikasi dilakukan. Ketika memberikan pidato atau diwawancarai oleh media, misalnya, penggunaan bahasa juga sebagai unsur penting untuk diperhatikan karena jika komunikator tidak menggunakan bahasa dengan baik, audiens tidak akan termotivasi untuk memperhatikan apa yang mereka katakan. Sejalan dengan pernyataan Nagel, Maurer, dan Reinemann (2012) dalam (Farkas, 2023) bahwa unsur-unsur yang merupakan komponen penting dalam komunikasi verbal berupa,

intonasi, nada suara, dan kecepatan bicara. Adapun menurut Rominiecka (2008:248), Kopacz (2006:8), Steward (2003:122) yang kutip Fatanti (2017) bahwa komunikasi nonverbal terdapat unsur-unsur berupa, kontak mata, ekspresi wajah, gerak tubuh, postur tubuh, dan pakaian.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia gaya adalah energi atau tenaga yang menggerakkan sesuatu atau kekuatan yang menandai ciri-ciri dari seseorang. Sedangkan Gaya komunikasi atau communication style memberikan pengetahuan tentang perilaku seseorang saat melakukan komunikasi dengan orang lain seperti berbagi informasi atau gagasan atau isi pikiran. Gaya komunikasi ini digunakan untuk menyampaikan sebuah pesan dalam berkomunikasi baik verbal maupun nonverbal dan menerima informasi dalam situasi apapun.

Menurut Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss (2008) dalam Khaira (2022, p. 36) menyatakan “Gaya komunikasi ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa dan mengatur perilaku, pikiran dan tanggapan orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan nama komunikator satu arah atau “one-way communication”. Gaya komunikasi adalah seperangkat perilaku antar pribadi yang terspesialisasi dan digunakan dalam suatu sistem tertentu.

Teori Gaya Komunikasi Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss.

Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss sebagaimana dikutip Cholis (20ke23, p. 22-24) mengelompokkan gaya komunikasi menjadi enam bagian. sebagaimana yang akan dijelaskan dibawah ini dan kemudian dijadikan sebagai bahan acuan dalam hasil pembahasan penelitian yang akan dibahas oleh peneliti diantaranya, the controlling style (gaya mengendalikan), the equalitarian style (gaya kesetaraan), the structuring style (gaya berstruktur), the dynamic style (gaya dinamis), the relinquishing style (gaya pelepasan), the withdrawal style (gaya menarik diri).

1. The controlling style (gaya mengendalikan).

Bentuk komunikasi ini dianggap mengendalikan karena ada keinginan atau niat untuk mengendalikan, memaksa, dan mengatur tindakan, pikiran, dan reaksi orang lain. Komunikator satu arah adalah mereka yang menggunakan metode komunikasi ini. Orang yang berkomunikasi dengan cara ini lebih fokus mengirim pesan daripada menerima pesan. Jika umpan balik tidak digunakan untuk keuntungan mereka, mereka tidak tertarik dan tidak peduli tentang itu. Alih-alih memedulikan pendapat orang lain, komunikator satu arah ini berusaha mengeksploitasi posisi otoritas dan pengaruh mereka untuk memaksa orang lain berbagi sudut pandang mereka.

2. The equalitarian style (gaya kesetaraan).

Gaya komunikasi equalitarian adalah gaya komunikasi yang menekankan pada kesetaraan serta keterbukaan. Pada gaya ini juga penyebaran komunikasi verbal yang bersifat dua arah (two-way traffic of communication) baik secara lisan maupun tulisan menjadi ciri gaya komunikasi ini. Tindakan komunikasi dilakukan secara terbuka dalam gaya komunikasi ini. Ini berarti bahwa setiap orang dalam kelompok bebas untuk menyuarakan pemikiran dan pendapat mereka dalam suasana yang bersahabat dan santai. Lingkungan seperti itu memungkinkan setiap anggota organisasi mencapai kesepakatan dan kesepakatan.

3. Structuring style (gaya berstruktur).

Untuk menetapkan perintah yang harus diikuti, menjadwalkan tugas dan pekerjaan, serta menyusun struktur organisasi, gaya komunikasi terorganisir ini memanfaatkan komunikasi verbal yang disampaikan baik secara lisan maupun tertulis. Mengirim pesan (pengirim) lebih menekankan pada hasrat untuk membujuk orang lain dengan mengungkapkan rincian tentang tujuan organisasi, jadwal kerja, dan kebijakan yang berlaku

di sana.

4. The dynamic style (gaya dinamis).

Karena pengirim pesan atau sender menyadari bahwa lingkungan kerja berorientasi pada tindakan, maka gaya komunikasi dinamis ini cenderung agresif. Juru kampanye atau penyedia yang mempekerjakan tenaga penjualan (salesman atau pramuniaga) sering menggunakan teknik komunikasi ini. Tujuan utama dari pendekatan komunikasi semacam ini berfokus untuk memotivasi staf agar lebih cepat dan efektif dalam bekerja. Metode komunikasi ini cukup berguna dalam menyelesaikan masalah mendesak, tetapi membutuhkan pekerja atau bawahan memiliki keterampilan yang diperlukan.

5. The relinquishing style (gaya pelepasan).

Bentuk komunikasi ini menyampaikan keterbukaan terhadap ide, rekomendasi, dan pendapat orang lain. Meskipun memiliki wewenang untuk memerintah dan mengendalikan orang lain, pengirim pesan (sender) tidak memiliki kemauan untuk melakukannya. Ketika pengirim atau pengirim bekerja dengan orang-orang yang terampil, berpengalaman, teliti, dan bersemangat untuk menerima tanggung jawab atas semua tugas atau pekerjaan yang dipercayakan kepadanya, pesan dalam gaya komunikasi ini akan efektif.

6. The withdrawal style (gaya menarik diri).

Hasil dari penggunaan gaya ini adalah melemahnya komunikasi, yang berarti individu yang menggunakannya kurang memiliki keinginan untuk berbicara dengan orang lain karena masalah atau tantangan interpersonal yang mungkin mereka alami. Ungkapan “Saya tidak mau terlibat dalam urusan ini” adalah contoh nyata. Dia mencoba menghindari tanggung jawab dengan komentar ini, tetapi itu juga menunjukkan ketidakmauan seseorang dalam berinteraksi dengan orang sekitar didalam suatu urusan tersebut. Akibatnya, penggunaan gaya ini dalam konteks komunikasi organisasi menjadi tidak tepat.

4. KESIMPULAN

Pada penelitian ini menjelaskan secara mendalam terkait dengan gaya komunikasi politik yang digunakan oleh Ady Mahyudi dalam meraih kemenangan pada proses Pemilihan Kepala Daerah (PILKADA) Kabupaten Bima tahun 2024. Berdasarkan hasil analisis terhadap data yang didapatkan ketika melakukan observasi, wawancara, serta dokumentasi, dan juga didasarkan pada teori gaya komunikasi dari Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss sebagaimana dikutip Cholis (2023, p. 22-24).

Gaya komunikasi politik yang digunakan oleh Ady Mahyudi sangat adaptif serta strategis. Dalam hal ini Ady Mahyudi mampu menyesuaikan gaya komunikasinya sesuai dengan konteks audiens dan saluran komunikasi yang ada. Hal ini mencerminkan penggunaan gaya komunikasi yang beragam, termasuk gaya mengendalikan, gaya kesetaraan, gaya dinamis, serta gaya berstruktur.

Selain dari pada itu juga Ady Mahyudi menggunakan media sosial secara efektif dan efisien dalam membangun kedekatan dengan para konstituen atau masyarakat. Komunikasi yang dibangun bersifat langsung, personal, dan responsif, yang dapat memperkuat citra dirinya sebagai seorang pemimpin yang peduli serta terbuka terhadap aspirasi rakyat.

Ady Mahyudi menggunakan gaya komunikasi politiknya dengan baik serta ditunjang oleh penggunaan bahasa yang sederhana, lugas, dan membumi. Seperti dalam berbagai kesempatan milanya proses kampanye, pidato, maupun forum diskusi, Ady Mahyudi menggunakan narasi yang relevan dengan kondisi riil dan kebutuhan masyarakat lokal, sehingga hal demikian mudah diterima dan dipercaya oleh kalangan masyarakat.

Ady Mahyudi dapat memadukan pengalaman politik, strategi komunikasi yang terstruktur, dan keterampilan interpersonal menjadikan Ady Mahyudi sebagai figur yang kredibel di mata pemilih. Hal ini dibuktikan dengan keberhasilannya meraih kemenangan di 16 dari 18 kecamatan, mengalahkan pasangan calon yang memiliki latar belakang kuat.

Pada kemenangan Ady Mahyudi merupakan hasil dari komunikasi politik yang efektif dan menyentuh aspek emosional pemilih, di samping kekuatan struktur tim pemenangan dan dukungan partai. Strategi kampanye yang komunikatif dan menyentuh nilai-nilai lokal menjadi elemen penting dalam keberhasilannya.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, I. M. S., Trisnadewi, N. W., Oktaviani, N. P. W., Munthe, S. A., Trismnjaya, H. V., Budiastutik, I., Faridi, A., Ramdany, R., Fitriani, R. J., Tania, P. O. A., Rahmiati, B. F., Lusiana, S. A., Susilawaty, A., Sianturi, E., & Suryana. (2021). *Metodologi Penelitian Kesehatan* (R. Watrianthos & J. Simarmata (eds.)). Yayasan Kita Menulis. <https://id.scribd.com/document/578378645/2021-Book-Chapter-Metodologi-Penelitian-Kesehatan>
- Anggara, S. (2013). *Sistem Politik Indonesia* (B. A. Saebani (ed.); Edisi I). Pustaka Setia. [https://digilib.uinsgd.ac.id/11047/1/11.Buku Sistem Politik Indonesia.pdf](https://digilib.uinsgd.ac.id/11047/1/11.Buku%20Sistem%20Politik%20Indonesia.pdf)
- Bracciale, R., & Martella, A. (2017). Define the populist political communication style: the case of Italian political leaders on Twitter. *Information Communication and Society*, 20(9), 1310–1329. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1328522>
- Cholis, C. T. A. E. N. (2023). Analisis Isi Gaya Komunikasi Najwa Shihab Pada Channel Youtube Najwa Shihab (Studi Komparasi pada Episode “Eksklusif: Ganjar Pranowo dan Piala Dunia” dan “Gelap Terang 2020: Soal Korupsi Lobster, Susi: Saya Tidak Kaget (part7) – Mata Najwa”) [Universitas Muhammadiyah Malang]. <https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/1378>
- DeFleur, M. L., & DeFleur, M. H. (2022). Mass Communication Theories Explaining Origins, Processes, and Effects. In Routledge Taylor & Francis Group (Ke-II, Vol. 7, Issue November). Routledge.
- Effendy, O. U. (2009). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Farkas, X. (2023). Visual political communication research: A literature review from 2012 to 2022. *Journal of Visual Political Communication*, 10(2), 95–126. https://doi.org/10.1386/jvpc_00027_1
- Fatanti, M. N. (2017). Olah Tubuh Politisi dalam Bingkai Media: Analisis Komunikasi Non Verbal Surya Paloh dalam Membangun Citra Politik. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 6(1), 26–37. <https://doi.org/10.7454/jki.v6i1.8911>
- Heryanto, G. G., & Rumar, S. (2013). *Komunikasi Politik: Sebuah Pengantar* (R. Sikumbang (ed.); Cetakan-I). Ghalia Indonesia.
- Khaira, I. (2022). Penerapan Gaya Komunikasi Steward L.Tubbs dan Sylvia Mos pada Penyiar Radio LPPL (Lembaga Penyiaran Publik Lokal) Kuansing FM dalam Membawakan Program Acara Inspirasi Pagi [Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau]. [https://repository.uin-suska.ac.id/60320/1/GABUNGAN KECUALI BAB V.pdf](https://repository.uin-suska.ac.id/60320/1/GABUNGAN%20KECUALI%20BAB%20V.pdf)
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Prenada Media Group.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2001). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. LKiS3.
- Rafiin. (2024). Rekapitulasi KPU: Ady-Irfan Ungguli Yandi-Ros di Pilbup Bima 2024. <https://www.detik.com/bali/pilkada/d-7669475/rekapitulasi-kpu-ady-irfan-ungguli-yandi-ros-di-pilbup-bima-2024>
- Rakhmat, J. (2008). *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.

- Renaldo. (2025). Ady Mahyudi. WIKIPEDIA.
[https://id.wikipedia.org/wiki/Ady_Mahyudi#:~:text=Ady Mahyudi \(lahir 8 Maret,Subianto di Istana Negara%2C Jakarta.](https://id.wikipedia.org/wiki/Ady_Mahyudi#:~:text=Ady%20Mahyudi%20(lahir%208%20Maret,Subianto%20di%20Istana%20Negara%2C%20Jakarta.)
- Schmitt-Beck, R. (2009). Comparing Political Communication Theories, Cases, and Challenges. In F. Esse & P. Barbara (Eds.), *Political Communication Effects The Impact of MassMedia and Personal Conversations on Voting* (Issue May, p. 438). Cambridge University Press.