

STRATEGI PEMENANGAN RATNA MACHMUD DAN SUPRAYITNO PADA PEMILIHAN KEPALA DAERAH KABUPATEN MUSI RAWAS TAHUN 2024

Ambarwati¹, Wendi Aji Saputra², Umi Fitriana Lestari³
^{1,2,3} Prodi Ilmu Pemerintahan, Universitas Musi Rawas, Indonesia
umifitrianalestari@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemenangan pasangan Ratna Mahmud dan Suprayitno melibatkan pendekatan personal kepada masyarakat, penguatan struktur tim pemenangan di tingkat desa dan kecamatan, penggunaan media sosial secara efektif, serta pemanfaatan program-program unggulan yang relevan dengan kebutuhan lokal. Kombinasi antara strategi komunikasi politik, pengelolaan isu, dan pendekatan berbasis data turut menjadi faktor penting dalam keberhasilan kampanye mereka. Dengan jenis data primer dan sekunder. Teknik analisis data, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan sudah cukup baik dengan strategi ofensif seperti sosialisasi politik dan kampanye politik. Strategi defensif seperti penguatan pesan politik dan pemasaran politik.

Kata kunci : Strategi pemenangan, Pemilihan kepala daerah.

Abstract

This study shows that the winning strategy of Ratna Mahmud and Suprayitno pair as personal approach to the community, strengthening the campaign team structure at the village and sub-district levels, effective using of social media, and utilization of flagship programs relevant to local needs. The combination of political communication strategies, issue management, and data-driven approaches also played an important role in the success of their campaign. Using primary and secondary data. Data analysis techniques, data reduction, data presentation, and verification. The results of this study indicate that the strategies employed were sufficiently effective, including offensive strategies such as political socialization and political campaigns. Defensive strategies such as strengthening political messages and political marketing.

Keywords: Campaign Strategy, Local Elections

A. Pendahuluan

Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) merupakan salah satu bentuk implementasi demokrasi yang memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk memilih pemimpin daerah secara langsung. Pilkada menjadi sarana rekrutmen politik yang menentukan siapa yang akan memimpin pemerintahan daerah dalam periode tertentu. Keberhasilan kandidat dalam Pilkada sangat dipengaruhi oleh strategi politik yang diterapkan oleh tim pemenangan, termasuk strategi komunikasi, pemasaran politik, dan mobilisasi dukungan masyarakat. Pilkada Kabupaten Musi Rawas tahun 2024 diikuti oleh dua pasangan calon, yaitu pasangan Ratna Machmud dan Suprayitno serta pasangan Suwarti dan Thamrin Hasan. Berdasarkan hasil rekapitulasi suara, pasangan Ratna Machmud dan Suprayitno memperoleh suara sebanyak

229.275, jauh lebih tinggi dibandingkan pasangan lawan yang memperoleh 80.646 suara. Kemenangan ini menunjukkan adanya strategi politik yang efektif dalam memperoleh dukungan masyarakat. Strategi pemenangan merupakan upaya yang dirancang secara sistematis untuk memperoleh dukungan pemilih. Strategi tersebut mencakup sosialisasi politik, kampanye politik, penguatan pesan politik, serta pemasaran politik. Selain itu, struktur tim pemenangan yang solid, penggunaan media sosial, serta pendekatan langsung kepada masyarakat menjadi faktor penting dalam keberhasilan kampanye politik.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemenangan Ratna Machmud dan Suprayitno pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Musi Rawas tahun 2024. Kemenangan Bupati Ratna Machmud dan Suprayitno tidak terlepas dari keberhasilan strategi politik yang diterapkan secara terencana dan terarah. Strategi tersebut mencakup sosialisasi politik yang dilakukan secara masif kepada masyarakat untuk memperkenalkan visi, misi, dan program kerja pasangan calon, kampanye politik yang efektif dalam membangun citra positif dan menjalin kedekatan emosional dengan pemilih, penguatan pesan politik yang disampaikan secara konsisten melalui berbagai media komunikasi untuk membentuk persepsi publik yang menguntungkan, serta pemasaran politik yang memanfaatkan pendekatan modern guna meningkatkan daya tarik dan elektabilitas pasangan calon. Keempat strategi tersebut saling mendukung dan berperan penting dalam meraih kepercayaan masyarakat sehingga menghasilkan kemenangan dalam kontestasi pemilihan kepala daerah.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode ini digunakan untuk memahami secara mendalam strategi yang digunakan oleh pasangan Ratna Machmud dan Suprayitno dalam memenangkan Pilkada Kabupaten Musi Rawas tahun 2024.

Penelitian dilakukan di Kabupaten Musi Rawas, khususnya di Kecamatan Megang Sakti dan Tugumulyo sebagai wilayah dengan perolehan suara tertinggi. Jenis data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan informan yang terdiri dari tim pemenangan, tokoh masyarakat, dan pihak terkait. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui dokumentasi, laporan resmi, dan sumber tertulis lainnya. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui: Wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif yang meliputi: Reduksi data, Penyajian data, Penarikan kesimpulan dan verifikasi. Metode ini digunakan untuk menghasilkan analisis yang sistematis dan mendalam mengenai strategi pemenangan pasangan calon.

C. Hasil dan pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi ofensif yang diterapkan ramah-pro berupa sosialisasi politik langsung ke desa-desa dan kampanye digital di media sosial. Hal ini sesuai dengan teori komunikasi politik sulaiman et al. (2023), yang menjelaskan bahwa keberhasilan pemenangan politik bergantung pada kemampuan tim untuk membangun relasi langsung

dengan masyarakat, memperluas basis dukungan, dan meningkatkan kedekatan emosional antara calon dan pemilih. Strategi ofensif ramah-pro juga memanfaatkan media sosial seperti facebook dan whatsapp, sesuai temuan farroza et al. (2024). Bahwa penggunaan media digital merupakan salah satu langkah strategi untuk melakukan kampanye politik di era kemajuan digital yang memudahkan akses kepada masyarakat sehingga bisa menjangkau kesemua wilayah daerah khususnya di Kabupaten Musi Rawas dalam menyampaikan visi misi yang akan dilakukan oleh pasangan Rahma- pro selama masa jabatan 5 tahun yang akan datang.

Kedua, strategi defensif Ramah-pro berupa penguatan pesan politik melalui slogan “Musi Rawas MANTABKAN yang artinya Maju, Mandiri, Bermartabat, Dan Berkelanjutan” dan penekanan program unggulan (pendidikan gratis, perbaikan infrastruktur, revitalisasi pertanian) dimana program unggul tersebut dibuat berdasarkan dari hasil survey dan keluhan masyarakat, yang mana hasilnya ditemukan masih perlunya peningkatan SDM, perbaikan infrastuktur terutama jalan raya karena di Kabupaten Musi rawas merupakan salah satu wilayah strategis untuk jalan lintas sumatera, dan juga pentingnya revitalisasi pertanian karena melihat potensi kekayaan sumber daya alam yang dimiliki di Kabupaten Musi RAWAS, penjelasan tersebut seslaras dengan teori pemasaran politik kotler (2003). Kotler menjelaskan bahwa pemasaran politik harus disesuaikan dengan kebutuhan nyata masyarakat, yang dikomunikasikan secara konsisten, dan relevan dengan kondisi lokal agar mampu mempertahankan loyalitas pemilih serta keci ri khasan lokal suatu daerah.

Ketiga, struktur tim pemenangan Ramah-pro yang tersusun rapi dan strategis dari tingkat kabupaten, kecamatan, hingga desa, dengan komunikasi dan pembagian tugas jelas (tim inti, tim media, relawan desa) sehingga koordinasi yang dibangun bisa berjalan dengan baik di setiap wilayah, dengan selalu memperkuat efektivitas strategi ofensif dan defensif. Hal ini sesuai teori manajemen strategi yunus (2020) yang menekankan pentingnya koordinasi tim, kejelasan peran, dan pemahaman visi-misi agar strategi dapat dijalankan dengan efektif, dan efesien.

1. Strategi Ofensif

Strategi ofensif diterapkan oleh tim pemenangan Ramah-pro sebagai upaya proaktif untuk menarik simpati pemilih masyarakat baik secara langsung di setiap wilayah maupun secara aktif media sosial, tim pemenangan Ramah-pro selalu aktif menyampaikan visi misi dan langkah kerja yang akan dilakukan oleh calon bupati kepada masyarakat sehingga hal ini mampu menarik simpatisan masyarakat untuk memilih pasangan tersebut, selain itu bentuk kerja sama dari tim kemenangan juga menjadi salah satu langkah utama dalam khususnya di dua kecamatan dengan jumlah suara sah terbanyak, yaitu Kecamatan Megang Sakti dan Kecamatan Tugumulyo. Strategi ini dijalankan melalui dua sub aspek utama sosialisasi politik dan kampanye politik.

Tabel 1. Rekapitulasi Surat Suara

No	Kecamatan	Suara Sah	
		Paslon 01	Paslon 02
1	Bts Ulu Terawas	17.097	4.539
2	Jayaloka	8.526	2.185

3	Megang Sakti	33.528	11.749
4	Muara Beliti	15.355	6.199
5	Muara Kelingi	25.127	7.496
6	Muara Lakitan	21.600	7.902
7	Purwodadi	10.481	4.396
8	Selangit	10.277	3.968
9	Stl Ulu Terawas	18.604	6.778
10	Suka Karya	8.015	1.838
11	Sumber Harta	11.226	3.179
12	Tuah Negeri	14.513	5.115
13	Tugumulyo	36.354	12.778

Sumber: Dokumentasi KPU Kabupaten Musi, diolah oleh Peneliti (2026)

Dari hasil data rekapitulasi tersebut dapat di simpulkan bahwa suara sah terbanyak berada di Kecamatan Megang Sakti dan Tugumulyo. Dengan adanya 2 kecamatan yang memiliki surat suara sah terbanyak maka hal ini menguatkan dugaan bahwa peran tim pemenangan dan tim sukses sangat berpengaruh dalam konteks pilkada di Kabupaten Musi Rawas Tahun 2024, terutama dalam mengatur strategi-strategi kampanye yang dilakukan.

2. Sosialisasi Politik

Hasil wawancara secara umum menggambarkan bahwa masyarakat Kabupaten Musi Rawas lebih menyukai cara pendekatan tatap muka secara langsung dibandingkan hanya menerima informasi dari baliho atau media sosial. Pendekatan ini dianggap lebih humanis dan lebih dekat dengan masyarakat karena calon dan tim pemenangan hadir sebagai bagian dari masyarakat, bukan hanya sebagai politisi yang sedang mencari suara. Secara tidak langsung, karena dengan itu bisa memperlihatkan pendekatan ini berhasil membangun hubungan emosional antara calon dan pemilih. Pemilih merasa didengar, diperhatikan, dan dianggap penting, sehingga muncul rasa kedekatan yang mendorong mereka mendukung pasangan calon. Selain itu, pendekatan door to door dan pertemuan skala kecil sesuai dengan prinsip segmentasi politik (Firmanzah, 2007) pesan politik harus disesuaikan dengan latar belakang, pekerjaan, dan kebutuhan masyarakat. Sosialisasi tatap muka juga menciptakan kedekatan emosional, yang menjadi modal penting untuk memperkuat loyalitas pemilih.



Gambar 1. Sosialisasi Politik

Sumber: Dokumentasi KPU Kabupaten Musi, diolah oleh Peneliti (2026)

3. Kampanye Politik

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa perpaduan kampanye langsung dan digital membantu memperluas jangkauan pemilih, sehingga pasangan calon tidak hanya dikenal oleh pemilih di desa-desa, tetapi juga oleh pemilih milenial di wilayah perkotaan. Selain sosialisasi, kampanye politik menjadi bagian penting dari strategi ofensif yang dijalankan secara terencana. dan terkoordinasi dengan baik bersama dengan tim kemenangan Ramah-pro. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye dilakukan dengan beberapa metode kampanye yang pertama melakukan kampanye tatap muka dimana dari tim sukses melakukan do to fot ke masyarakat untuk menyampaikan visi misi dan program kerja yang akan dilakukan oleh pasangan calon bupati, yang kedua kampanye terbuka terbatas dimana kampanye tersebut dilakukan secara terjadwal untuk melakukan kunjungan ke beberapa wilayah yang ada di Kabupaten Musi Rawas, pemasangan baliho bertujuan untuk lebih mengenalkan kepada masyarakat terhadap pasangan calon bupati, pembagian selebaran, dan pemanfaatan media sosial.

Dari kampanye yang sudah dilakukn terdapat dua kecamatan yaitu Kecamatan Megang Sakti dan Kecamatan Tugumulyo, dimana kampanye tatap muka tetap menjadi fokus utama untuk memperkenalkan pasa calon bupati ini karena dirasa lebih efektif dan dekat dengan masyarakat. Pendekatan ini dinilai paling efektif karena karakteristik masyarakat pedesaan yang lebih nyaman berinteraksi langsung daripada mengandalkan media daring karena diranah tersebut masyrakat dapat menyampaikan keluhan dan harapan keepannya untuk pemenuhan kebutuhan baik dari segi sarana dan prasarana. Kampanye tatap muka juga memberikan ruang bagi pemilih untuk bertanya langsung, sehingga tercipta kepercayaan yang lebih kuat.

4. Penguatan Pesan Politik

Penguatan pesan politik menjadi langkah penting untuk menjaga agar masyarakat tetap loyal terhadap pasangan calon. Berdasarkan hasil penelitian, tim pemenangan ramah-pro menggunakan slogan kampanye “musi rawas maju, mandiri, bermartabat, dan berkelanjutan (mantapkan)” sebagai pesan inti. Slogan ini konsisten disampaikan dalam setiap kegiatan kampanye, baik resmi maupun informal.

Temuan dari hasil wawancara menunjukkan bahwa konsistensi pesan politik penting agar masyarakat tidak bingung dan dapat mengingat dengan mudah apa saja program yang diusung pasangan calon. Pesan kampanye juga disusun dalam bahasa yang sederhana dan dekat dengan kehidupan sehari-hari, sehingga lebih mudah diterima oleh semua kalangan pemilih. Secara teori, langkah ini sejalan dengan pandangan sudaryanto (2020) yang menekankan pentingnya pesan politik yang konsisten dan mudah dipahami untuk mempengaruhi perilaku pemilih dan menjaga loyalitas mereka.

5. Pemasaran Politik

Berdasarkan hasil penelitian, tim pemenang Ramah-Pro memasarkan program unggulan yang sudah dirasakan manfaatnya oleh masyarakat, seperti pendidikan gratis, program bedah rumah, dan revitalisasi pertanian yang bisa mendukung peningkatan pertanian. Penekanan pada program yang sudah terbukti membantu memperkuat citra pasangan calon sebagai pemimpin yang bekerja nyata, bukan hanya pandai berjanji. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang menggambarkan bahwa pemilih merasa lebih percaya ketika mendengar bukti nyata dibandingkan janji baru. Pemasaran politik juga diperkuat dengan melibatkan tokoh masyarakat, tokoh agama, dan relawan dalam menjelaskan program-program tersebut. Pendekatan ini menambah tingkat kepercayaan pemilih, karena pasangan merupakan sosok figur yang dapat memberikan kerja nyata yang diwujudkan melalui program-program yang sudah dirasakan oleh masyarakat. Dalam pelaksanaan kampanye tidak hanya dilakukan secara resmi, akan tetapi juga menggunakan foto, video, dan testimoni menjadi bagian dari *visual storytelling* yang memperkuat pesan politik.

Pemilih pedesaan, yang tidak selalu mengikuti media daring, lebih mudah percaya jika melihat bukti konkret di sekitar mereka. Ini memperkuat konsep Kotler tentang pemasaran berbasis bukti program nyata yang dikomunikasikan dengan cara visual meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pemilih tetapi juga dalam kegiatan sehari-hari seperti pengajian, gotong royong, atau acara adat selalu ada peran penting dari pasangan calon bupati sehingga bisa menimbulkan rasa sipati dan kepercayaan dari masyarakat. Temuan ini mendukung teori pemasaran politik (Kotler, 2003) yang menyebutkan bahwa kesuksesan kampanye bergantung bukan hanya pada materi kampanye, tetapi juga siapa yang menyampaikan dan bagaimana disampaikan sehingga bisa terjalin komunikasi dengan baik dengan masyarakat.

D. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi kemenangan pasangan calon Ratna Machmud dan Suprayitno pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Musi Rawas 2024, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan pasangan calon tidak hanya dipengaruhi oleh figur atau popularitas, tetapi juga karena penerapan strategi kemenangan yang terencana, konsisten, dan sesuai dengan kondisi masyarakat setempat. Strategi kemenangan ini terbagi menjadi dua arah besar, yaitu strategi ofensif dan strategi defensif. Strategi ofensif dijalankan melalui sosialisasi politik dan kampanye politik untuk memperluas basis pemilih, terutama di wilayah dengan jumlah suara sah terbanyak seperti Kecamatan Megang Sakti dan Tugumulyo. Pendekatan tatap muka menjadi kunci utama, karena lebih sesuai dengan karakteristik masyarakat pedesaan yang mengutamakan komunikasi langsung.

Sedangkan strategi defensif dijalankan melalui penguatan pesan politik dan pemasaran politik untuk mempertahankan loyalitas pemilih. Pesan politik dikemas sederhana dan

konsisten melalui slogan Musi Rawas Maju, Mandiri, Bermartabat, dan Berkelanjutan (MANTAPKAN), sehingga mudah diingat dan diterima. Pemasaran politik difokuskan pada program-program unggulan yang sudah dirasakan manfaatnya oleh masyarakat, seperti pendidikan gratis, bedah rumah, dan revitalisasi pertanian. Kombinasi strategi ofensif dan defensif yang diterapkan secara seimbang menjadi kunci keberhasilan pasangan calon Ratna Machmud dan Suprayitno dalam meraih kemenangan pada Pilkada Kabupaten Musi Rawas 2024.

E. Daftar Pustaka

- Akbar, I. (2016). *Pilkada Serentak Dan Geliat Dinamika Politik Dan Pemerintahan Lokal Indonesia*. CosmoGov: Jurnal Ilmu Pemerintahan, 2(1), 95-110.
- Arafat, Y., Sahrin, A., & Hadi, A. M. (2022). *Pilkada Antara Pertarungan Gagasan Dan Perebutan Kekuasaan*. Al- Ittihad: Jurnal Pemikiran dan Hukum Islam, 8(2), 22-35.
- Arifin, Anwar. 2006. *Pencitraaan Dalam Politik:Strategi Pemenangan Pemilu*. Jakarta: Pustaka Indonesia.
- Farroza, K. S., Yahya, A. A., Ramadhani, A. N., Susilo, G. P., Setiawan, D. D., Gunawan, M. D. R., & Rahmawati, R. (2024). *Strategi Komunikasi Politik Pasangan Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar di Instagram@ Ubahbareng untuk Meningkatkan Citra Positif dalam Pemilu 2024*. Jurnal Penelitian Inovatif, 4(4), 2349-2362.
- Fatimah, S. (2018). *Kampanye Sebagai Komunikasi Politik*. Resolusi: Jurnal Sosial Politik, 1(1), 5-16.
- Fatmawati. (2021). *Kampanye Politik Sebuah Pendekatan Fenomenologi*. Jawa Tengah: CV. Amerta Media
- Nur, E. (2019). *Strategi Komunikasi Tim Sukses Pada Kampanye Politik Untuk Memenangkan Calon Legislatif Kota Makassar*. Jurnal Diakom, 2(1), 120-128.
- Permatahati, N. I. (2022). *Strategi Pemenangan Pasangan Calon Erick Adtrada Dan Ellya Rosa Dalam Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Labuhan Batu Provinsi Sumatera Utara*. Disertasi. Universitas Medan Area.
- Prihatmoko, Joko dan Moesafa. (2018). *Menang Pemilu di Tengah Oligarki Partai*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Sabirin. (2021). *Strategi Politik Pemenangan H. Muhammad Amru Dan H. Said Sani Pada Pemilihan Bupati Periode 2017-2022 Kabupaten Gayo Lues Tahun 2017*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh.

Setiawan, D. E. (2018). *Strategi Marketing Komunikasi Politik Pasangan Wahidin Halim-Andika Hazrumy Pada Pemenangan Pilkada Provinsi Banten 2017*. Tesis. Fakultas Ilmu dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sulaiman., Arsyad, M., & Syahadat, M. I. (2023). *Sukses Elektoral Rusman Emba: Pandangan Mendalam Pada Strategi Ofensif Dan Defensif*. JAPMAS: Jurnal Politik dan Demokrasi, 1(2), 97-103.

Triwicaksono, Y. D. B. B., & Nugroho, A. (2021). *Strategi Komunikasi Politik Pemenangan Kepala Daerah*. Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi, 5(1), 133-145

Wardhani, L. T. A. L., Ibrahim, F., & Christia, A. M. (2020). *Koherensi Sistem Pemilihan Kepala Daerah Di Indonesia Terhadap Nilai-Nilai Demokrasi Pancasila*. Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia, 2(3), 305-318. Wasesa, S. A. (2011). *Political branding & public relations*:

