
ANALISIS KAMPANYE POLITIK PASLON 03 PADA PILKADA TAHUN 2024 BERDASARKAN STRATEGI *TIE IN PUBLICITY* DI KABUPATEN LIMA PULUH KOTA DITINJAU DARI PERSPEKTIF SIYASAH TANFIDZIYAH

Nurfida Fauziah¹, Raymond Dantes².

Nurfida Fauziah, nurfidafauziah@gmail.com , Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek
Bukittinggi¹

Raymond Dantes, raymonddantes@uinbukittinggi.ac.id , Universitas Islam Negeri Syech M. Djamil Djambek Bukittinggi²

Abstract

This research is motivated by the simultaneous regional elections held in 2024 in Lima Puluh Kota Regency by carrying four pairs of candidates for Regent and Deputy Regent. Among the four pairs of candidates for Regent and Deputy Regent, only Candidate Pair 03 has never served as a member of the Legislative Council before, based on this it will be a challenge for Candidate Pair 03 to gain support and attract public publicity in achieving its victory. To achieve its victory, Candidate Pair 03 conducted a political campaign using one of the Tie In Publicity strategies to create existence and build a positive image in the community. Based on this, the author wants to know how the implementation of Candidate Pair 03's political campaign in the 2024 regional elections based on the tie in publicity strategy in Lima Puluh Kota Regency is reviewed from the perspective of industrial policy. This study uses a qualitative descriptive approach with data collection methods through interviews, field observations, and documentation. Based on the results of the implementation of the political campaign of Candidate Pair 03 using strategic ties in publicity in Lima Puluh Kota Regency, the results were satisfactory. The campaign implementation using this strategy was carried out by forming an opposing team that collaborated with the supporting party. They approached the community through traditional elders, utilized social media, well-known community figures in the community, and also issues occurring in the community, so that they could be known and gain a positive image from the community. Meanwhile, from the perspective of fiqh siyasah tanfidziyah candidate pair 03, the campaign was in accordance with the campaign based on the principles of siyasah tanfidziyah, including the principles of conducting campaigns honestly and transparently, not defaming political opponents, and campaigning to encourage goodness (amar ma'ruh nahi mungkar).


Keywords : Campaign, Politics, Regional Elections, Strategy, Siyasah

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi oleh Pilkada serentak yang di lakukan pada tahun 2024 di Kabupaten Lima Puluh Kota dengan mengusung empat Pasang Calon Bupati dan Wakil Bupati. Diantara keempat Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati, cuma Paslon 03 yang tidak pernah menjabat sebagai anggota Legislatif sebelumnya, berdasarkan hal tersebut akan menjadi tantangan bagi paslon 03 untuk meraih dukungan masyarakat dan menarik publisitas dalam memperoleh kemenangannya. Untuk memperoleh kemenangannya paslon 03 melakukan kampanye politik dengan menggunakan salah satu strategi *Tie In Publicity* untuk menciptakan eksistensi dan membangun citra positif di masyarakat. Berdasarkan hal ini maka penulis ingin mengetahui bagaimana pelaksanaan kampanye politik paslon 03 pada pilkada tahun 2024 berdasarkan strategi *tie in publiciy* di Kabupaten Lima Puluh Kota di tinjau dari perspektif siyasah dusturiyah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan

metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi lapangan, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil pelaksanaan kampanye politik Paslon 03 dengan menggunakan strategi *tie in publicity* di Kabupaten Lima Puluh Kota membuahkan hasil yang memuaskan, pelaksanaan kampanye menggunakan strategi ini dilakukan dengan cara membentuk tim relawan yang bekerja sama dengan partai pengusung. Mereka melakukan pendekatan ke masyarakat melalui tetua-tetua adat, memanfaatkan media sosial, publik figur yang terkenal di masyarakat, dan juga isu -isu yang terjadi di masyarakat, agar dapat dikenal sehingga mendapatkan citra positif dari masyarakat. Sementara itu dari perspektif fiqh siyasah tanfidziyah paslon 03 melakukan kampanye sesuai dengan kampanye berdasarkan prinsip-prinsip siyasah tanfidziyah diantaranya prinsip melakukan kampanye secara jujur dan transparan, tidak mencemarkan lawan politik, dan kampanye mengajak kepada kebaikan (amar ma'ruh nahi mungkar).

Kata kunci: Kampanye, Politik, Pilkada, Strategi, *Tie In Publicity*, Siyasah Tanfidziyah.

Received	: 22 October 2025
Accepted	: 05 November 2025
Published	: 30 November 2025
Copyright Notice	<div>Authors retain copyright and grant the journal right of first publication with the work simultaneously licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License that allows others to share the work with an acknowledgement of the work's authorship and initial publication in this journal.</div> <div></div>

1. LATAR BELAKANG

Indonesia merupakan salah satu negara yang menjunjung tinggi sistem demokrasi, yaitu suatu sistem yang menempatkan rakyat sebagai pemegang kedaulatan tertinggi dalam menentukan arah penyelenggaraan negara. Salah satu wujud konkret dari pelaksanaan demokrasi tersebut adalah partisipasi politik masyarakat melalui Pemilihan Umum Kepala Daerah (Pilkada), sebagai sarana untuk memilih pemimpin daerah yang diharapkan mampu mewujudkan kesejahteraan publik (Fatimah, 2020).

Pada Pilkada tahun 2024, Kabupaten Lima Puluh Kota di Provinsi Sumatera Barat turut melaksanakan pemilihan Bupati dan Wakil Bupati dengan menghadirkan empat pasangan calon. Dari keempat kandidat tersebut, pasangan nomor urut 03, yaitu Safni dan Ahlul Badrito Resha, S.H., berhasil meraih suara tertinggi dengan total 52.951 suara atau 34,38%. Kemenangan ini menjadi menarik karena diraih di tengah persaingan ketat dengan kandidat berpengalaman, seperti pasangan nomor urut 02 yang merupakan Bupati petahana periode 2021–2024 serta pasangan nomor urut 04 yang merupakan Wakil Bupati periode yang sama. Sementara itu, Safni sebagai calon Bupati dari paslon 03 tidak memiliki rekam jejak legislatif sebelumnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa strategi kampanye memiliki peran penting dalam meraih kemenangan.

Kampanye politik merupakan bentuk komunikasi politik yang dilakukan secara terorganisir oleh individu atau kelompok dengan tujuan memperoleh dan memperkuat dukungan masyarakat pada momentum pemilu (Fatimah, 2020). Salah satu strategi yang digunakan oleh paslon 03 adalah *tie-in publicity*, yakni strategi yang memanfaatkan media massa seperti televisi, koran, radio, serta berbagai publikasi visual untuk meningkatkan visibilitas dan citra kandidat (Kustiawan et al., 2021). Strategi ini dinilai efektif karena mampu menjangkau khalayak luas dan membangun persepsi positif terhadap calon secara berkelanjutan.

Dalam perspektif Islam, kampanye politik harus selaras dengan nilai-nilai etis yang diatur dalam fiqh siyasah. Kebolehan seseorang untuk memperkenalkan dirinya dan menawarkan kepemimpinan dijelaskan dalam Q.S. Yusuf ayat 55, yang menjadi dasar bahwa pemimpin yang memiliki kapasitas dan kemampuan diperbolehkan meminta jabatan untuk kemaslahatan yang lebih besar (Ashsubli, 2018). Selain itu, dalam fiqh siyasah tanfidziyah ditegaskan bahwa kampanye harus memenuhi prinsip transparansi, kejujuran, tidak mencemarkan nama baik lawan politik, serta mengajak kepada kebaikan agar tidak menimbulkan perpecahan (Khallaf, 1993).

Secara hukum positif, pelaksanaan kampanye diatur dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 13 Tahun 2024 tentang Kampanye Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Wali Kota. Regulasi ini memuat ketentuan mengenai jadwal, metode kampanye, materi kampanye, pemberitaan, keterlibatan pejabat negara, hingga larangan-larangan selama proses kampanye sehingga pelaksanaannya berjalan tertib dan sesuai prosedur.

Kajian tentang strategi kampanye telah dilakukan oleh berbagai peneliti sebelumnya. Mandela (2016) menunjukkan bahwa dalam Pilkada Bandar Lampung 2015, strategi kampanye efektif dijalankan tidak hanya melalui mesin politik partai, tetapi juga melalui pembentukan citra positif kandidat dan komunikasi politik yang dinamis. Sementara itu, penelitian Haerudin (2019) mengenai kampanye Partai Keadilan Sejahtera (PKS) pada Pilgub NTB 2018 menunjukkan bahwa keberhasilan kampanye dapat dicapai melalui penyusunan program unggulan, penguatan jaringan tim pemenangan hingga pelosok, serta komunikasi politik yang intensif.

Berdasarkan konteks tersebut, penting untuk mengkaji strategi kampanye yang digunakan pasangan calon nomor urut 03 dalam Pilkada Kabupaten Lima Puluh Kota Tahun 2024. Penelitian ini tidak hanya memberikan pemahaman mengenai pola kampanye yang dijalankan, tetapi juga berkontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi politik, strategi pemenangan pemilu, serta penguatan demokrasi lokal di Indonesia.

2. METODE

Metode penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*), yakni penelitian yang dilaksanakan secara sistematis untuk mengambil data di lapangan. Maka data yang diutamakan didalam penelitian ini yaitu berasal dari lapangan, wawancara, dokumentasi, observasi.

Ada dua jenis data yang akan dilakukan pada penelitian ini, yaitu: data utama yang disajikan dalam penelitian ini diperoleh dari informan kunci yang relevan dengan tema yang diangkat. Informasi yang digunakan oleh penulis mencakup : tim sukses dari paslon 03 Safni dan Wakilnya Ahlul Badrito Resha pada Pilkada tahun 2024 di Kabupaten Lima Puluh Kota, Partai Pengusung paslon 03 Safni dan Wakilnya Ahlul Badrito Resha pada Pilkada tahun 2024 di Kabupaten Lima Puluh Kota, dan masyarakat yang ikut memilih paslon tersebut. Kedua, sumber data sekunder yaitu data yang menggunakan data tambahan yang digunakan sebagai pelengkap. Data sekunder ini bisa diperoleh dari studi kepustakaan atau dokumen dokumen, buku-buku dan penelitian.

3. HASIL

Lima Puluh Kota kita kenal dengan masyarakatnya “yang ramah tamah dan setia, aianyo janiah, ikannyo jinak, sayaknyo landai, dalam nan indak tajangkau, dangka nan indak tasubarangi”. Nama Limo Puluh Kota diambil dari peristiwa kedatangan 50 (Lima puluh) rombongan yang datang dari Pariangan Padang Panjang untuk mencari pemukiman baru di kaki Gunung Sago. Mereka berangkat dari Pariangan Padang Panjang, Sungai Jambu, Menuju Tabek Patah, Tanjuang Alam, Tungka, Bukik Junjuang Siriah, Bawah Burai, Aia Taganang, Padang Kubuang, Padang si Janti-janti, Lurah Pimpiang, Lurah Luak Kuntu, Lurah Basuduik, Lurah Sumua Sati, Lurah Jalan Binti, Ngalau dan sebagainya. Dalam perjalanan rombongan menemui sebuah padang ribu-ribu yang luas dan memutuskan bermalam di situ karena hari telah senja. Perkiraan tempat itu sekitar pasar ternak sekarang perbatasan Piladang dan Situjuah).

Pagi esok harinya, di waktu rombongan akan berpencar mencari tempat yang baik untuk daerah pemukiman dan pertanian, diketahui telah berkurang lima rombongan. Setelah Tanya-bertanya kemana perginya yang kurang itu, semua yang menjawab mengatakan : antahlah! Tempat itu sampai sekarang bernama Padang Siantah. Beberapa waktu kemudian baru diketahui, kelima rombongan yang antahlah! Itu menuju daerah Bangkinang , Kuok, Air Tiris, Salo dan Rumbio. Selanjutnya rombongan yang tinggal 45 kelompok ini melanjutkan perjalanan dan akhirnya sampailah pada suatu tempat dekat Batang Agam yaitu Titian Aka dan Kumbuah Nan Bapayau, dan mereka berhenti dan disambut oleh niniak nan batigo yaitu : Rajo Panawa, Barabin Nasi, dan Jhino Katik rombongan yang telah lebih dahulu sampai di Payakumbuh.

Niniak nan batigo menerima baik kedatangan mereka. Dan dengan senang hati mempersilahkan memilih tempat yang layak untuk diolah jadi pemukiman, peladangan dan sawah. Untuk sama-sama teguh memegang buat sebelumnya diadakan musyawarah yang diadakan di atas sebuah tanjung dekat air tabik, mereka berhimpun (berkumpul) di tanjung tersebut sehingga dinamai Tanjung tersebut dengan Tanjung Himpun (masyarakat menyebutnya Tanjung Pun) Dan kemudian mereka membagi rombongan dan melanjutkan menuju arah yang mereka suka masing-masing tempat mereka berpisah dinamai dengan Labuah Basilang.

Wilayah Luak Limo Puluah Koto dalam dua (2) buah Tambo yang berbeda memberikan luas wilayah yang berbeda. Berdasarkan Tambo Alam terbagi atas 3 daerah yaitu :

- a. Luhak yang meliputi pemerintahan Lareh nan bunta dengan bagiannya ialah : Simalangang Hilir sampai ke Taram dalam daerah Luhak ini termasuk : Suayan, Sungai Balantiak, Sariak Laweh, Tambun Ijuak, Koto Tengah, Batu Hampa, Durian Gadang, Babai, Koto Tinggi, Air Tabik, Sei Kamuyang, Situjuah, Limbukan, Padang Kerambia, Sicincin, Aur Kuning, Tiaka, Payobasuang, Mungo, Andaleh, Taram, Bukik Limbuku, Batu Balang dan Koto Nan Gadang.
- b. Ranah yang meliputi pemerintahan Lareh Batang Sinamar sehingga Simalanggang mudik dan kehilirnya Ranah Tebing Tinggi dan kemudiknya Mungkar. Wilayah Ranah ialah : Gantiang, Koto Laweh, Suliki, Sungai Rimbang, Tiaka, Balai Mansiro, Talago, Sungai Talang, Balai Kubang, Taeh, Simalanggang, Piobang Sungai Beringin, Gurun Lubuak Batingkok, Tarantang, Sarilamak, Harau, Solok Bio-Bio (Padang Laweh).
- c. Lareh adalah Lareh Nan Panjang sehingga Taram hilir ke Mudiknya Pauh Tinggi dengan wilayahnya ialah: Gadut Tebing Tinggi, Sitanang Muaro Lakin, Halaban, Ampalu, Surau dan Labuah Gunuang.

Sementara itu menurut Tambo yang ditulis oleh Bahar Dt. Nagari Basa (1966) bahwa Luhak Limapuluah Koto terdiri dari 5 (lima) ulayat Hulu, Luhak, Lareh, Ranah dan Sandi. Yang berdasarkan musyawarah di Balai Tinggi Sitanang Muaro Lakin, dengan batas barih balabeh Luhak Limopuluah terletak dari Sialang Balantak Basi sampai ke Si Saut Sungai Rimbang, hilirnya Sipisak Pisau Hanyut. Dari Durian di Takuak Rajo sampai ke Silukah Pinang Tungga. Dari Pinang Mancuang Hilir, sampai ke Gunung Sailan Mudik.

Di Balai Tinggi Sitanang Muaro Lakin juga menetapkan Limapuluah Koto dibagi menjadi lima ulayat yang dipimpin dengan sebutan rajo. Ulayat Limo Rajo adalah :

- a. Datuak Marajo Simagayur dari Pitapang Situjuah Banda Dalam adalah Rajo di Hulu
- b. Datuak Rajo Indo nan Mamangun dari Aia Tabik adalah Rajo di Luhak
- c. Datuak Paduko Marajo dari Sitanang Muaro Lakin adalah Rajo di Lareh
- d. Datuak Bandaro Hitam dari Payobada Talago Gantiang adalah Rajo di Ranah
- e. Datuak Permato Alam Nan Putih dari Si Pisang Koto Nan Gadang adalah Rajo di Sandi.

Keputusan mufakat di Balai Koto Tinggi juga melahirkan Kunci Pasak Luhak Limopuluah. Masing-masing kunci pasak mengandung fungsi dan peranan yang sifatnya menjaga-jaga. Kabupaten Lima Puluh Kota terdiri dari 13 Kecamatan diantaranya:

1. Kecamatan Payakumbuh
2. Kecamatan Akabiluru

3. Kecamatan Luak
4. Kecamatan Lareh Sago Halaban
5. Kecamatan Situjuah Limo Nagari
6. Kecamatan Harau
7. Kecamatan Guguak
8. Kecamatan Mungka
9. Kecamatan Suliki
10. Kecamatan Bukik Barisan
11. Kecamatan Gunuang Omeh
12. Kecamatan Kapur IX
13. Pangkalan Koto Baru

Berikut merupakan jumlah Nagari dan Jorong yang ada di Kabupaten Lima Puluh Kota

Tabel 1. Jumlah Nagari menurut Kecamatan di Kabupaten Lima Puluh Kota, 2019-2023

Kecamatan	2021	2022	2023
Payakumbuh	7	7	7
Akabiluru	7	7	7
Luak	4	4	4
Lareh Sago Halaban	8	8	8
Situjuah Limo Nagari	5	5	5
Harau	11	11	11
Guguak	5	5	5
Mungka	5	5	5
Suliki	6	6	6
Bukik Barisan	5	5	5
Gunuang Omeh	3	3	3
Kapur IX	7	7	7
Pangkalan Koto Baru	6	6	6
Kabupaten Lima Puluh Kota	79	79	79

Sumber: Dinas Pemberdayaan Masyarakat Desa/Nagari.

Tabel 2. Jumlah Jorong Di Kabupaten Lima Puluh Kota, 2019-2023

Kecamatan	2021	2022	2023
Payakumbuh	27	27	27
Akabiluru	29	29	29
Luak	34	34	34
Lareh Sago Halaban	50	50	50
Situjuah Limo Nagari	27	27	27
Harau	52	49	49
Guguak	30	30	30
Mungka	24	24	24
Suliki	32	32	32
Bukik Barisan	39	39	39
Gunuang Omeh	20	20	20
Kapur IX	31	31	31
Pangkalan Koto Baru	33	33	33
Kabupaten Lima Puluh Kota	428	425	425

Sumber: Dinas Pemberdayaan Masyarakat Desa/Nagari.

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa Kabupaten Lima Puluh Kota dibagi atas 13 kecamatan yang terdiri dari 79 nagari dan 425 jorong. Dari 13 kecamatan ini, Kecamatan Harau yang mempunyai jumlah nagari terbanyak yaitu 11 nagari dan 49 jorong, sedangkan yang mempunyai jumlah nagari terkecil adalah Kecamatan Gunung Omeh hanya dengan 3 nagari dan 20 jorong.

Jumlah Penduduk Kabupaten Lima Puluh Kota pada tahun 2023 sebanyak 396.427 jiwa, dengan rincian 198.680 jiwa penduduk laki-laki dan 197.747 jiwa penduduk perempuan dengan rasio jenis kelamin sebesar 100,60 persen. Adapun data lengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3 Jumlah penduduk menurut kelompok umur dan jenis kelamin di Kabupaten Lima Puluh Kota, 2023

Kelompok Umur	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	Perempuan	Jumlah Total
0-4	16.298	15.494	31.792
5-9	14.642	13.935	28.577
10-14	16.245	15.279	31.524
15-19	17.921	16.549	34.470
20-14	17.555	16.396	33.951
25-29	16.548	15.063	31.611
30-34	14.271	13.153	27.424
35-39	12.897	12.663	25.560
40-44	13.499	13.614	27.133
45-49	13.699	13.826	27.525
50-54	12.208	12.345	24.553
55-59	9.863	10.084	19.947

60-64	8.035	8.705	16.740
65-69	6.496	7.961	14.457
70-74	4.551	5.926	10.477
75+	3.952	6.754	10.706
Kabupaten Lima Puluh Kota	198.690	197.747	396.427

Sumber: Badan Pusat Statistik, Proyeksi Penduduk 2020-2035 Hasil Sensus Penduduk 2020 (Pertengahan tahun/Juni).

Perekonomian Kabupaten Lima Puluh Kota, Sumatera Barat, didominasi oleh sektor pertanian, pertanian, dan perternakan. Selain itu, sektor perdagangan, hotel, dan restoran juga memberikan kontribusi signifikan terhadap PDRB (Produk Domestik Regional Bruto).

Kabupaten Lima Puluh Kota merupakan salah satu daerah penghasil tanaman pangan di Provinsi Sumatera Barat. Salah satu tanaman pangan yang menjadi keunggulan adalah tanaman padi. Produksi padi di Kabupaten Lima Puluh Kota pada tahun 2023 adalah sebesar 132.075,54 ton, mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya, dimana produksi padi tahun 2022 adalah sebesar 118.608,29 ton. Jika dilihat dari sisi produktivitas, pada tahun 2023 produktivitas padi di Kabupaten Lima Puluh Kota mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Produktivitas padi di Kabupaten Lima Puluh Kota pada tahun 2023 adalah sebesar 4,65 ton per hektar.

Selain tanaman padi, Kabupaten Lima Puluh Kota juga merupakan daerah penghasil tanaman palawija, seperti jagung, ubi kayu, ubi jalar, kacang tanah dan talas. Produksi jagung, ubi jalar dan kacang tanah di Kabupaten Lima Puluh Kota pada tahun 2023 mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Adapun pada tahun 2023 produksi jagung, ubi jalar dan kacang tanah di Kabupaten Lima Puluh Kota adalah sebesar 63.180 ton, 3.660 ton dan 258 ton. Sedangkan produksi ubi kayu dan talas pada tahun 2023 mengalami penurunan jika dibandingkan dengan tahun 2022. Produksi ubi kayu dan talas di Kabupaten Lima Puluh Kota pada tahun 2023 adalah sebesar 37.212 ton dan 1.434 ton.

Kabupaten Lima Puluh Kota merupakan daerah penghasil gambir terbesar di Provinsi Sumatera Barat, sekaligus Indonesia. Produksi gambir di Kabupaten Lima Puluh Kota pada tahun 2023 sekitar 16.781 ton dengan luas panen 16.708 hektar. Dari delapan kecamatan di Kabupaten Lima Puluh Kota yang merupakan daerah penghasil komoditas gambir, produksi terbesar adalah di Kecamatan Pangkalan Koto Baru dengan luas areal produktif sebesar 4.365 hektar dan produksinya mencapai 7.900 ton pada tahun 2023.

Peternakan juga merupakan salah satu sub sektor unggulan di Kabupaten Lima Puluh Kota. Usaha peternakan, baik ternak besar terutama sapi dan kerbau maupun ternak unggas

yakni ayam ras petelur dan ayam ras pedaging, memiliki perkembangan yang baik. Produksi daging dan telur pada periode 2022 – 2023 secara umum cenderung meningkat. Produksi tertinggi adalah telur ayam ras, yaitu sebesar 78.546 ton, meningkat dibandingkan dengan tahun 2022, yaitu 77.826 ton. Produksi tertinggi selanjutnya adalah daging sapi, yaitu sebesar 1.280 ton, juga meningkat dibandingkan tahun sebelumnya, yaitu 1.263 ton.

Sistem Pemerintahan dan struktur Pemerintahan

Sistem pemerintahan di Kabupaten Lima Puluh Kota, seperti daerah kabupaten lainnya di Indonesia, menganut sistem otonomi daerah. Artinya, Kabupaten Lima Puluh Kota memiliki kewenangan untuk mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri, di bawah pengawasan dan koordinasi pemerintah pusat. Pemerintahan daerah dipimpin oleh seorang bupati yang dibantu oleh perangkat daerah, termasuk sekretariat daerah, dinas-dinas, dan badan. Selain itu, ada juga DPRD (Dewan Perwakilan Rakyat Daerah) yang berperan sebagai badan legislatif daerah. Bupati Kabupaten Lima Puluh Kota periode 2025-230 adalah H. Safni Sikumbang dan wakilnya adalah Ahlul Badrito Resha, S.H. Mereka dilantik pada tanggal 20 Februari 2025. Mereka merupakan bupati dan wakil bupati yang menang pada pilkada tahun 2024 tepatnya pada tanggal 27 November 2024.

Struktur Pemerintahan Kabupaten Lima Puluh Kota:

- 1) Kepala Daerah: Bupati Lima Puluh Kota, yang merupakan pimpinan tertinggi pemerintahan daerah.
- 2) DPRD (Dewan Perwakilan Rakyat Daerah): Badan legislatif yang bertugas membuat peraturan daerah dan mengawasi kinerja pemerintah daerah.
- 3) Perangkat Daerah, Perangkat Daerah terdiri dari: Sekretariat Daerah, bertugas menyelenggarakan urusan kesekretariatan bupati dan wakil bupati, serta mengkoordinasikan seluruh perangkat daerah. Selanjutnya ada Dinas-dinas bertugas membidangi urusan tertentu seperti pendidikan, kesehatan, pekerjaan umum, dll. Dan terakhir ada Badan yang melaksanakan tugas tertentu seperti perencanaan pembangunan, pengelolaan keuangan, dll.

Dalam Penyelenggaraan Pemerintahan, Pemerintah daerah bertanggung jawab atas pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah. Pemerintah daerah memiliki kewenangan untuk membuat peraturan daerah (perda) dan kebijakan lain yang diperlukan untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat. Pemerintah daerah juga bertanggung jawab atas pengelolaan keuangan daerah, perencanaan

pembangunan, serta penyelenggaraan berbagai pelayanan publik. Dan Pemerintah daerah wajib berkoordinasi dengan pemerintah pusat dalam pelaksanaan tugas dan kewenangannya.

a. Visi Misi Kabupaten Lima Puluh Kota

Visi Kabupaten Lima Puluh Kota adalah: "Mewujudkan Lima Puluh Kota yang Madani, Beradat dan Berbudaya dalam kerangka Adat Basandi Syarak, Syarak Basandi Kitabullah"

Sedangkan Misi Kabupaten Lima Puluh Kota adalah

- 1) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang berbudaya dan berdaya saing berlandaskan keimanan
- 2) Mendorong pertumbuhan dan perkembangan ekonomi lintas sektoral yang memiliki keunggulan ditingkat lokal dan regional
- 3) Mendorong potensi nagari sebagai poros pembangunan daerah
- 4) Meningkatkan kualitas pelayanan publik melalui reformasi birokrasi seutuhnya
- 5) Meningkatkan pembangunan infrastruktur secara terpadu yang mendorong pertumbuhan ekonomi dan kualitas kehidupan masyarakat yang lebih baik.

Pelaksanaan Kampanye Melalui *Strategi Tie In Publicity*

Pada Pilkada Tahun 2024 yang diatur dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 2 Tahun 2024 tentang Tahapan, dan Jadwal Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, Serta Walikota dan Wakil Walikota. Kabupaten Lima Puluh Kota Provinsi Sumatera Barat ikut serta dalam pelaksanaan Pemilihan Umum Kepala Daerah Bupati, dan Wakil bupati. Dengan mengusung 4 pasangan calon dan wakil calon Kepala Daerah yang bersaing untuk mendapatkan kursi eksekutif.

Berdasarkan rekapitulasi hasil pemungutan suara yang dilakukan oleh KPU Kabupaten Lima Puluh Kota menunjukkan pasangan 03 Safni-Ahlul Badrito Resha lebih unggul di banding 3 pasangan calon lainnya dengan jumlah perolehan suara 52.951 (34.38%). Dalam memperoleh kemenangannya paslon 03 diusung oleh tiga Partai yaitu Partai PKS, Hanura, dan PDIP. Namun diantara ketiga partai tersebut yang paling berpengaruh terhadap pengangkatan paslon 03 adalah Partai PKS karena Partai PKS lah pengusung pertama paslon 03 sebelum akhirnya Partai Hanura dan PDIP ikut bergabung, lalu Partai PKS melihat beberapa keunggulan dari paslon 03, selain itu wakil Bupati dari Paslon 03 juga merupakan anggota dari Partai PKS. Keunggulan Paslon 03 menurut Partai PKS yaitu Usia paslon 03 relatif muda dari paslon lain, paslon 03 juga orang baru di pemerintahan Kabupaten Lima Puluh Kota sehingga tidak punya beban sejarah masa lalu, kapasitas dalam memimpin,

mempunyai kemampuan finansial sehingga tidak mencari hidup di pemerintahan (murni pengabdian), dan juga memiliki tagline Lima Puluh Kota bangkit.

Dalam kampanye politiknya paslon 03 memiliki strategi kampanye, salah satu strategi kampanye paslon 03 adalah *tie in publicity* yang mana strategi ini dilaksanakan untuk menarik publisitas dari masyarakat. Berikut tahapan-tahapan kampanye yang dilakukan paslon 03 berdasarkan strategi *tie in publicity*:

1. Membentuk tim-tim pemenangan dan tim relawan untuk melaksanakan kampanye. Tim-tim pemenangan dan tim relawan yang dibentuk melakukan kampanye secara menyeluruh sampai ke desa-desa yang jauh dan terpelosok agar masyarakat dapat mengenal paslon 03.
2. Memanfaatkan media sosial, tokoh masyarakat, dan acara-acara yang di adakan oleh masyarakat dalam proses kampanye guna untuk menarik simpati msyarakat, dan juga dapat menimbulkan citra positif dari masyarkat terhadap dirinya, sehingga memiliki peluang yang besar untuk memenangkan pilkada.
3. Memanfaatkan isu-isu yang ada di masyarakat, seperti isu perbaikan infrastruktur, pertanian, perekonomian, dan pariwisata, dengan memanfaatkan sisu-isu tersebut maka program-program yang di kampanyekan akan sesuai dengan yang diinginkan oleh masyarakat.

Dari tahapan-tahapan kampanye yang dilakukan paslon 03 diatas, dapat di katakan berhasil meraih suara terbanyak dari masyarakat. Keberhasilan kampanye paslon 03 tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu sebagai berikut:

1. Kekompakan dan keyakinan dari timses maupun dari partai pengusungnya, serta kepercayaan dan kerja keras mereka akan memenangkan Pilkada tahun 2024 di Kabupaten Lima Puluh Kota.
2. Dalam melakukan kampanye pembagian tugas antara tim pemenangan dan tim relawan tertata dengan baik dan jelas sehingga dalam menyampaikan program -program kampanyenya mereka berjalan sesuai dengan tugasnya masing-masing dan tidak pernah terjadi masalah komunikasi diantara mereka yang mengganggu proses kampanye mereka.
3. Pengaruh dukungan dari Gubernur Buya Mahyeldi.

Meskipun kampanye politik yang dilakukan paslon 03 berhasil meraih perolehan suara terbanyak, namun, tantangan, ancaman dari luar, dan tekanan dari lawan politiknya tetap ada hal tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Tantangan

tantangan yang dihadapi paslon 03 dalam berkampanye ada 2 yaitu masalah internal dan eksternal. Masalah internal adalah dana yang lamban cair sehingga mengakibatkan kesulitan dalam menjalankan beberapa program-program. Dan masalah eksternalnya adalah karena terdapat 4 paslon yang ikut berkampanye dalam pemilihan pilkada di Lima Puluh Kota maka tim-tim kampanye paslon 03 harus pintar dalam menyusun program-program kampanye dan giat dalam agar tidak tertinggal dari paslon lain dalam memperebutkan suara dari masyarakat.

2. Ancaman dari luar

Ancaman dari pihak luar yang mengganggu keberhasilan kampanye paslon 03 ada dua hal yaitu yang pertama, penyebaran berita hoaks seperti persoalan ijazah Safni, dan adu domba antar tim pemenangan dan tim relawan oleh pihak lain.

3. Tekanan dari lawan politik

Tekanan politik yang dirasakan oleh paslon 03 adalah karena adanya penyebaran isu soal kapasitas Safni yang hanya lulusan pendidikan paket C karena hal tersebut dapat memicu pertanyaan dari masyarakat soal kemampuan Safni sebagai pemimpin nantinya. Walaupun paslon 03 menghadapi beberapa kesulitan namun mereka tetap berhasil memenangkan pilkada tahun 2024 di kabupaten Lima Puluh Kota dengan kampanye menggunakan strategi *tie in publicity*.

4. PEMBAHASAN

Analisis Kampanye Politik Paslon 03 Pada Pilkada Tahun 2024 Berdasarkan Strategi *Tie In Publicity* di Kabupaten Lima Puluh Kota Ditinjau Dari Perspektif Siyasah Dusturiyah

Siyasah tanfidziyah adalah suatu kajian yang membahas pelaksanaan pemerintahan yang dilakukan oleh para pemimpin. Sebagai bagian dari fiqh siyasah, disiplin ini berfokus pada cara mengatur dan mengelola kehidupan manusia untuk mencapai kemaslahatan serta menjauhkan mereka dari berbagai bentuk kerugian. Ini juga berkaitan erat dengan penerapan undang-undang dan konsep ketatanegaraan modern, khususnya yang melibatkan lembaga eksekutif. Dalam konteks siyasah tanfidziyah (politik ketatanegaraan Islam), kampanye dapat dipahami sebagai bagian dari proses pengambilan kekuasaan politik yang sah, untuk

menjalankan pemerintahan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Siyasah tanfidziyah membahas tentang sistem pemerintahan, distribusi kekuasaan, dan cara-cara memilih pemimpin dalam negara Islam. Kampanye dalam sistem ini tidak semata-mata sebagai ajang meraih kekuasaan, melainkan sebagai media menyampaikan visi, misi, dan program yang didasarkan pada nilai-nilai syariat (Ramadhan, 2025).

Kampanye politik juga dilakukan oleh pasanganurut nomor 3 yaitu Safni dan Ahlul Badrito Resha pada Pemilihan Kepada Daerah Bupati dan Wakil Bupati di Kabupaten Lima Puluh tahun 2024, paslon 03 melakukan kampanye berdasarkan pada prinsip-prinsip kampanye menurut undang-undang dan menurut prinsip siyasah tanfidziyah, yang mana prinsip-prinsip kampanye menurut siyasah tanfidziyah meliputi:

1. Transparansi dan kejujuran, dengan cara menyampaikan program tanpa manipulasi.
2. Tidak mencemarkan lawan politik, dengan menjaga etika Islam
3. Mengajak kepada kebaikan (amar ma'ruh nahi mungkar), dengan cara tidak menimbulkan perpecahan(Ramadhan, 2025).

Berdasarkan prinsip-prinsip kampanye menurut siyasah tanfidziyah di atas paslon 03 dan tim-tim kampanyenya menyampaikan kampanye mereka sesuai dengan prinsip-prinsip tersebut, Pada prinsip transparansi dan kejujuran, paslon 03 tidak melakukan hal curang saat berkampanye seperti penyogokan, dan mereka menyampaikan program-program mereka secara terbuka, dan tidak menyesatkan, sehingga masyarakat dapat memahami, menilai, dan ikut mengawal pelaksanaannya. Pada prinsip tidak mencemarkan lawan politik, itu sesuai dengan hasil wawancara yang menyebutkan paslon 03 tidak mencemarkan nama baik lawan politiknya agar masyarakat lebih memilih dia, mereka lebih fokus dalam menyampaikan program-program mereka dibanding dengan menjatuhkan lawan politiknya. Dan pada prinsip mengajak kepada kebaikan (amar ma'ruh nahi mungkar), bisa dilihat dari salah satu program mereka untuk meramaikan Mesjid agar pemuda pemudi, serta anak-anak bisa kembali belajar ilmu agama, dan mengembalikan fungsi Mesjid sebagai tempat ibadah dan belajar.

5. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi kampanye pasangan calon nomor urut 03, Safni dan Ahlul Badrito Resha, pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Lima Puluh Kota Tahun 2024, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan paslon 03 dalam meraih suara terbanyak tidak terlepas dari efektivitas strategi *tie-in publicity* yang mereka jalankan. Strategi ini mampu meningkatkan visibilitas, memperkuat citra politik, serta memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat. Keberhasilan tersebut juga didukung oleh soliditas internal tim pemenangan, baik dari partai politik pengusung—

PKS, HANURA, dan PDIP—maupun dari tim relawan yang terlibat secara aktif dalam penyebaran informasi, pendekatan tokoh masyarakat, optimalisasi media sosial, serta pemanfaatan figur artis Minang untuk memperkuat daya tarik kampanye.

Namun, keberhasilan tersebut tidak terlepas dari berbagai tantangan. Di antaranya adalah keterlambatan pencairan dana kampanye, kompetisi ketat dengan tiga pasangan calon lainnya, serta munculnya serangan politik seperti penyebaran berita hoaks terkait isu ijazah Safni yang menimbulkan tekanan dari pihak tertentu. Meski demikian, paslon 03 mampu mengelola isu-isu tersebut dan tetap mempertahankan stabilitas kampanye hingga akhirnya meraih kemenangan. Dalam perspektif fiqh siyasah tanfidziyah, proses kampanye yang dilakukan paslon 03 juga telah sesuai dengan prinsip-prinsip siyasah dusturiyah yang menekankan pada kejujuran, transparansi, menghindari pencemaran nama baik lawan politik, serta mengajak kepada kebaikan. Berdasarkan temuan lapangan, paslon 03 beserta tim pemenangannya telah menerapkan nilai-nilai tersebut dalam strategi *tie-in publicity* yang dijalankan. Hal ini menunjukkan bahwa kampanye yang dilakukan tidak hanya menekankan pada pencitraan politik, tetapi juga pada etika dan nilai moral yang sejalan dengan prinsip-prinsip Islam. Penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan paslon 03 dalam Pilkada 2024 merupakan hasil dari perpaduan antara strategi kampanye yang efektif, dukungan struktural partai politik, kekuatan relawan, kemampuan adaptasi terhadap isu politik, serta konsistensi penerapan nilai-nilai etis dalam proses kampanye. Temuan ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan ilmu komunikasi politik, strategi kemenangan pemilu, serta penguatan praktik demokrasi di tingkat lokal.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Ashsubli, M. (2017). *Perspektif hukum Islam terhadap pencalonan diri dan kampanye untuk jabatan politik* (p. 15).
- Badan Kepegawaian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kabupaten Lima Puluh Kota. (2023). *Profil: Visi dan misi*. Diakses dari <https://bkpsdm.limapuluhkotakab.go.id/profil/visi-misi>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lima Puluh Kota. (2024). *Statistik daerah Kabupaten Lima Puluh Kota 2024*.
- Fatimah, S. (2018). *Kampanye sebagai komunikasi politik: Esensi dan strategi dalam pemilu* (p. 8).
- Haerudin. (2019). *Strategi kampanye politik Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dalam memenangkan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Dr. Zulkiflimansyah, S.E., M.S.c. dan Dr. Siti Rohmi Djalilah, M.Pd, pada Pilgub Nusa Tenggara Barat tahun 2018 (Studi kasus DPW PKS NTB)* [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Mataram].
- Kustiawan, W., Rahma, S., & dkk. (2022). Tie in publicity sebagai strategi andalan yang digunakan paslon kandidat partai politik dalam mengkampanyekan dan menarik simpati masyarakat. *Sibatik Journal*, 1432–1433.
- Mandela, D. (2016). *Strategi kampanye politik pasangan calon walikota dan wakil walikota Bandar Lampung dalam pilkada serentak tahun 2015 (Studi kasus calon walikota Herman HN dan calon wakil walikota Muhammad Yusuf Kohar, calon walikota Tobroni Harun dan calon wakil walikota Komarunizal)* [Skripsi, Universitas Lampung].

Peraturan Bupati Kabupaten Lima Puluh Kota Nomor 33 Tahun 2023 tentang Rencana Kerja Perangkat Daerah Tahun 2024.

Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2024 tentang Kampanye Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, serta Walikota dan Wakil Walikota.

Ramadhan, V. (2025). *Politik hukum sistem presidential threshold di Indonesia perspektif siyasah dusturiyah* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar].

Wahhab, A. K. (1956). *Siyasah Syar'iyah* (p. 75).