

Strategi Komunikasi Politik PKS Jawa Barat Dalam Meningkatkan Perolehan Suara pada Pemilu 2019

The Strategies of the Political Communication of West Java PKS in Increasing Vote Acquisition in the 2019 Election

Ahmad Mustopa Kamal*, Wawan Budi Darmawan & Leo Agustino

Program Magister Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran, Indonesia

Diterima: 26 Desember 2020; Direview: 05 Januari 2021; Disetujui: 30 Januari 2021

*Corresponding Email: ahmad18022@mail.unpad.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi politik Partai Keadilan Sejahtera dalam meningkatkan perolehan suara di Daerah Pemilihan Jawa Barat VIII dalam Pemilu Anggota DPRD Jawa Barat tahun 2019. Untuk menjawab permasalahan tersebut, dilakukan analisis terhadap pokok pertanyaan penelitian, yaitu: strategi komunikasi politik PKS dalam meningkatkan perolehan suara pada pemilu tahun 2019. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Dalam penelitian ini informan dipilih secara purposive sampling (sampel bertujuan) yaitu: Dewan terpilih PKS Dapil VIII, Ketua DPW PKS Jawa Barat, Ketua tim pemenangan Pemilu DPW PKS Jawa Barat, Tokoh Masyarakat Kota Bekasi dan Kota Depok, Ketua Bapil DPD PDIP Jawa Barat dan Ketua PPP Kota Bekasi, jurnalis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Strategi komunikasi yang dilakukan setiap kader dan Calon Legislatif yang mencalonkan yaitu membangun citra diri yang inklusif dan menghilangkan citra partai yang eksklusif, menghilangkan stigma miring (stereotype) di masyarakat, membangun kerjasama dengan semua elemen bangsa, mendapat tempat di hati masyarakat, serta adanya kekuatan dari para kader partai PKS dengan saling membantu dan solidaritas yang tinggi maka bisa saling membantu untuk berkampanye dan menurunkan biaya kampanye.

Kata Kunci: Komunikasi Politik; Partai PKS; Pemilu 2019.

Abstract

This study aims to identify and analyze the political communication strategy of the Prosperous Justice Party in increasing the number of votes in the Electoral District of West Java VIII in the 2019 West Java DPRD Member Election. To answer this problem, an analysis of the main research questions was carried out, namely: the PKS political communication strategy. in increasing the number of votes in the 2019 elections. The approach used in this research is qualitative. In this study the informants were selected by purposive sampling (sample aims), namely: PKS Electoral District VIII Council, Chairperson of West Java PKS DPW, Chair of the West Java DPW PKS Election Team, Community Leaders of Bekasi City and Depok City, Chairperson of West Java PDIP DPD Election Team and Head of PPP Bekasi City, journalist. The results showed that, the communication strategy carried out by each cadre and legislative candidate who was nominated was building an inclusive self-image and eliminating the image of an exclusive party, eliminating stereotypes in society, building cooperation with all elements of the nation, and having a place in the hearts of the people. , as well as the strength of PKS party cadres with mutual help and high solidarity, they can help each other to campaign and reduce campaign costs

Keywords: Political Communication; PKS Party; Election 2019.

How to Cite: Kamal, A. M., Darmawan, W. B., & Agustino, L. (2021). Strategi Komunikasi Politik PKS Jawa Barat Dalam Meningkatkan Perolehan Suara pada Pemilu 2019. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 1 (3): 1183-1192.



PENDAHULUAN

Pelaksanaan pemilihan umum (Pemilu) merupakan konsekuensi dari sistem demokrasi yang dianut oleh Indonesia menjadikan sarana partisipasi politik masyarakat untuk melegitimasi pemimpin dalam mengisi jabatan publik tiap perodesasinya. Dalam setiap pemilu partai politik melibatkan sejumlah masyarakat yang diinisiasi oleh tiap-tiap partai politik peserta pemilu. Para peserta pemilu berkampanye untuk mempengaruhi massa demi meraih dukungan sebanyak-banyaknya agar dapat terlegitimasi sehingga kampanye merupakan ajang adu kekuatan pengaruh, pengenalan citra diri, dan adu program. Peserta pemilu yang mampu menawarkan program menarik dan menjanjikan cenderung meraih dukungan massa pada saat pelaksanaan tahapan pemilihan berlangsung. Maka peserta pemilu dituntut untuk mampu mengemas komunikasi politik secara persuasif untuk menyampaikan pesan-pesan atau janji politik yang ditawarkan pada saat kampanye dengan konstituen. Dalam kampanye politik, hal yang sangat penting adalah tentang pesan-pesan yang disampaikan oleh peserta pemilu. Pesan-pesan kampanye biasanya akan disampaikan dengan retorika yang bersifat populistik untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat umum (Ritonga & Adela, 2020; Syarif & Hannan, 2020). Masing-masing berusaha membawa tema atau topik tertentu untuk ditawarkan kepada masyarakat atau disebut dengan janji-janji politik yang menarik.

Komunikasi politik bisa menyampaikan pesan-pesan yang ingin disampaikan untuk membangun kesadaran dari Pemilih untuk menggunakan hak pilihnya dan mencoba mempengaruhi agar memilihnya, menciptakan kesadaran pemilih adalah salah satu tujuan utama dari konsep pemasaran. Pemasaran politik digunakan untuk menentukan preferensi suara pemilih untuk memilih. Di Indonesia memiliki konsep *marketing* politik populer pasca reformasi, dengan menggunakan kebebasan hak dalam menyampaikan pendapat dengan kebebasan media massa yang terbuka. Era Reformasi menjadi awal mula jadinya transisi sistem politik Indonesia dari rezim otoriter ke sistem demokrasi (Gazali, 2004).

Pentingnya komunikasi politik dalam pemenangan membuat para calon legislatif terus berlomba – lomba dalam memenangkan pemilihan dengan berkreasi strategi komunikasi politik untuk menyukseskan calon legislatifnya. Selain itu, keberhasilan partai politik dalam mengusung calon legislatif yang baik mendapatkan keuntungan lain yaitu adanya minat yang tinggi dari masyarakat untuk berpartisipasi dalam pemilu (Adela & Truna, 2017; Nasution, 2020; Nasution & Kushandajani, 2019). Partai Politik PKS pada saat pemilu 2019 memberikan informasi kepada masyarakat, yaitu penyampaian pesan politik diantaranya melalui alat peraga kampanye, baik secara langsung maupun melalui berbagai media cetak atau elektronik kepada masyarakat yang dapat berbentuk garis ideologi, kebijakan, dan program politik partai. Kebanyakan partai politik dalam penyampaian program-program partai terhadap masyarakat hanya melalui berbagai media cetak atau elektronik dan pertemuan terbatas yang bersifat formal dengan undangan. Hal ini berbeda dengan partai PKS, yang tidak hanya menggunakan tatap muka, media cetak atau elektronik tetapi para kader PKS langsung turun ke lapisan masyarakat untuk mensosialisasikan partai PKS.

PKS merupakan salah satu partai politik nasional yang menjadi peserta Pemilu tahun 2019 juga salah satu partai politik yang lolos ambang batas perolehan suara nasional ke parlemen. Terkhusus di Provinsi Jawa Barat, PKS menduduki peringkat kedua dalam perolehan suaranya setelah Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra). Perolehan suara PKS terbanyak pada Jabar VIII di daerah Kota Bekasi dan Kota Depok mendapatkan 3 kursi dengan jumlah 531.323 suara. Kota Bekasi dan Kota Depok pada Dapil VIII mendapatkan 3 kursi. Kenaikan perolehan suara/kursi PKS mengalami peningkatan pada Dapil VIII dari tahun 2009-2014, 2014-2019, 2019-2024. Terdapat fenomena menarik jika melihat data – data di atas, dimana Partai Keadilan Sejahtera pada pemilihan periode sebelumnya di tahun 2014 hanya meraih 1 kursi dan di tahun 2019 meraih sebanyak 3 kursi. Perolehan 3 kursi pada PKS di DPRD VIII Prov Jawa Barat termasuk fenomenal yang disebabkan kota Bekasi dan Kota Depok menjadi basis Partai Keadilan Sejahtera.



Basis dari PKS dikarenakan adanya aktor lokal yang berkuasa di pemerintahan seperti Nur Mahmudi dan Idris, yang terpilih dan berhasil menguasai tiga periode menjadi Walikota Depok berturut-turut berdasarkan dari kader PKS sehingga menjadi aktor politik di tingkat lokal yang memiliki pengaruh sebagai efek atas ketokohnya. Serupa adanya tokoh wakil Wali Kota Bekasi pada periode 2013 – 2018 yaitu Ahmad Syaikh berbasikan dari kader PKS dan sempat juga menjadi calon Wakil Gubernur Jawa Barat pada Pemilihan Kepala Daerah tahun 2018. Pada momentum Pemilu 2019 PKS juga mampu merebut kursi Ketua DPRD Kota Bekasi yang sebelumnya diduduki oleh PDI-P.

Nimmo berpendapat bahwa “kriteria aktor politik adalah orang yang berbicara tentang politik atau dalam *setting* politik, seperti politikus, profesional, dan aktivis” (Nimmo, 2005). Mereka mempunyai kekuatan, kekayaan dan kehormatan, di dalam bidang-bidang tertentu. Peneliti melihat pendapat dari Nimmo yang melihat aktor politik sebagai subjek yang berperilaku dalam politik lokal cukup mampu mempengaruhi dari pandangan politik masyarakat dalam peranan aktor politik itu sendiri. Hal ini serupa dengan pernyataan Muttaqin sebagai Kepala Pemenangan Pemilu DPD PKS Depok dalam (Putri, 2018) mengatakan bahwa “PKS mengamankan suara selama ini dengan memanfaatkan militansi dari para kader, Depok adalah lumbung suara PKS di Jawa Barat, selain Bekasi dan Bandung. PKS di Depok hampir selalu menempati tiga besar pada pemilu legislatif sejak 2004”. Keberadaan aktor lokal tentunya menjadi sosok penting dalam masyarakat karena mereka dapat diposisikan sebagai *opinion leader*. Hal tersebut terjadi karena aktor lokal memiliki kedekatan dengan masyarakat secara interpersonal, sehingga bentuk komunikasi yang dilakukan oleh aktor lokal tersebut mendapat perhatian khusus oleh masyarakat. Kekuasaan dengan aktor lokal juga lebih mempermudah untuk menganalisis bagaimana kekuasaan dalam membangun dinasti politik itu dijalankan oleh pihak-pihak terlibat, karena aktor politik mencakup individu pemegang kekuasaan dalam suatu bangunan politik dan utamanya peran yang dijalankan oleh para aktor dalam hal kekuasaan. Sisi lainnya, PKS sebagai partai Islam di Kota Bekasi dan Depok mengalami kenaikan suara.

Meskipun jumlah umat Islam sebagai mayoritas di Indonesia tetapi perolehan partai-partai Islam di setiap pemilu sulit mendapatkan dukungan sepadan dengan jumlah umat Islam yang mayoritas ini merupakan sebuah anomali. Karena identitas kepartaian yang rendah seakan terpolarisasi di antara dua rumpun besar pemilih, yaitu rumpun pemilih partai nasionalis dan rumpun pemilih partai Islam. Dalam artian, penurunan suara suatu partai nasionalis akan cenderung beralih ke partai nasionalis lain. Begitu juga di rumpun partai Islam, penurunan suara suatu partai Islam, maka berarti ada peningkatan suara di partai Islam lainnya. Fenomena kenaikan suara suatu partai Islam, dalam hal ini PKS diduga karena turunnya suara partai lain di rumpun partai – partai Islam lainnya, seperti PPP, PAN, dan PBB.

Perolehan suara PKS di Jawa Barat ini memang sudah menjadi target kemenangan PKS, sehingga PKS mendapatkan perolehan hasil suara sebanyak tiga kursi. Dari kenyataan di atas dengan adanya desain komunikasi politik secara *door to door* dan adanya pengaruh aktor lokal menunjukkan bahwa PKS memang sudah memiliki strategi yang sasarannya pada pemilih khususnya masyarakat kota sehingga memperoleh peningkatan perolehan suara pada partai dan dapat memenangkan pemilihan pada Dapil VIII ini meraih 3 kursi di Kota Bekasi dan Depok.

Menarik untuk melihat strategi komunikasi politik PKS pada Dapil VIII provinsi Jawa Barat. Sebagaimana landasan teori komunikasi politik oleh (Ardial, 2010) dapat dilihat dari lima strategi yaitu, keberadaan pemimpin politik, ketokohan dan kelembagaan, menciptakan kebersamaan, cara negosiasi, dan membangun konsensus.

Keberadaan Pemimpin Politik, aktor lokal PKS di setiap daerah memiliki sumber pengaruh terhadap perolehan suara dikarenakan adanya proses kepemimpinan serta adanya sumber kekuasaan yang diraih sehingga menghasilkan perolehan suara. Ketokohan dan kelembagaan, tokoh di dalam partai PKS di Jawa Barat harus mampu merawat pemilih yang sudah memilihnya dengan menjaga ketokohan individu dan kelembagaan dengan kegiatan dan kelayakan pemimpin terhadap pemilih tetap dan memperluas segmen pemilih baru agar tokoh atau aktor memiliki pengaruh tersendiri dalam komunikasi politik. Menciptakan kebersamaan, aktor dan tokoh lokal PKS menciptakan dan membangun kebersamaan antara politikus dan rakyat, dengan adanya



komunikasi dan kedekatan emosional terhadap masyarakat maka akan mudah untuk menyampaikan pesan politik baik secara langsung maupun melalui media.

Menggunakan metode komunikasi yang tepat sesuai dengan kondisi dan situasi khalayak merupakan strategi komunikasi agar pesan tersampaikan. Cara negosiasi, Negosiasi bisa dijadikan salah satu strategi komunikasi politik. Karena dalam negosiasi penuh dengan berbagai gaya dan seni, sehingga negosiasi bisa berjalan lancar. Bernegosiasi kebebasan mengeluarkan pikiran dan integritas kedua belah pihak mutlak menjadi syarat utama. Penempatan kedua pihak yang akan bernegosiasi dalam posisi "menang-menang" menjadi bermanfaat dalam negosiasi. Hal ini tentu akan lebih dipermudah dengan adanya persamaan kepentingan dari kedua pihak. Membangun konsensus, diperlukan memiliki komunikasi dan hubungan yang baik dengan satu partai ataupun dengan partai yang berbeda, komunikasi yang diimplementasikan merupakan suatu seni tersendiri sehingga menghasilkan lobi dalam proses memberi dan menerima. Konsep diri merupakan faktor yang sangat menentukan komunikasi politik interaksional atau lobi karena setiap orang termasuk para politikus, bertindak laku sesuai dengan konsep dirinya.

Berdasarkan uraian di atas, dugaan awal peneliti bahwa peningkatan suara PKS pada Dapil VIII di Provinsi Jawa Barat tidak terlepas dari proses komunikasi politik yang dikemas secara *door to door*, strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh PKS beserta calon legislatif dan adanya peranan aktor lokal yang berpengaruh di Kota Depok dan Kota Bekasi yang dimiliki oleh PKS. Peneliti menggunakan teori Ardial (2010) komunikasi politik sebagaimana menentukan berhasil atau tidaknya komunikasi politik dalam mencapai sasaran dan tujuannya. menggunakan teori sebagaimana yang diuraikan oleh Ardial, dikarenakan teori ini menjelaskan secara komprehensif tentang calon legislatif yang bertarung dalam kontestasi politik. Hal ini yang akan diteliti dan dikaji sesuai pedoman karya tulis ilmiah dengan melihat fenomena yang berkembang pada pemilihan umum tahun 2019 untuk anggota DPRD Provinsi Jawa Barat Dapil VIII.

Tentu saja artikel ini bukan satu-satunya penelitian yang mengkaji tentang Partai Keadilan Sejahtera (PKS). Terdapat beberapa sarjana yang telah melakukan penelitian tentang partai ini. Lebih spesifik lagi yaitu membahas mengenai strategi komunikasi partai dalam upaya meraup suara pada pemilihan. Dari beberapa penelitian tersebut, setidaknya penulis dapat menjabarkan beberapa diantaranya sebagaimana berikut ini. *Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Anwar (2015) mengenai strategi komunikasi politik PKS dalam meningkatkan elektabilitas pada Pilkada 2015 di Kota Samarinda. Hasil penelitian ini menemukan bahwa Strategi komunikasi telah dipraktikkan oleh PKS dengan melakukan berbagai kegiatan untuk mendongkrak elektabilitas dengan penyiaran pesan *via* media dengan isi berupa ajakan melalui media radio, surat kabar dan televisi. *Kedua*, penelitian berikutnya yaitu oleh Faiza (2019) dengan tujuan penelitian untuk meninjau bentuk komunikasi politik Partai Keadilan Sejahtera saat Pemilu 2019 di Kota Pekanbaru. Penelitian ini menemukan bahwa untuk meningkatkan perolehan suara, PKS melakukan strategi komunikasi politik dengan menciptakan kebersamaan, ketokohan dan kelembagaan serta membangun konsensus. *Ketiga*, penelitian yang dilakukan oleh Muchtar & Aliyudin (2019) mengenai *public relations* politik PKS saat Pilkada Jawa Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Public relation* politik di internal PKS dilakukan dengan menguatkan kekompakan dengan membina kader dengan nilai-nilai kekeluargaan dan kesetaraan. Selain itu, komunikasi eksternal PKS dilakukan dengan membangun citra positif partai, berkoalisi dengan partai lain, dan mensosialisasikan karakteristik cagub Jawa Barat sehingga dapat diterima oleh masyarakat. *Keempat*, penelitian yang dilakukan oleh Nurussa'adah & Sumartias (2017) tentang komunikasi politik PKS dalam keterbukaan ideologi. Dari penelitian ini diketahui bahwa partai PKS di Jawa Barat dalam upayanya melakukan komunikasi politik ternyata melibatkan stakeholder dari luar dan dalam partai. Bentuk-bentuk yang dilakukan juga beragam yaitu mulai dari propaganda, retorika, kampanye politik, lobi politik dan public relations dan dalam kaitannya dengan keterbukaan ideologi, penyampaian pesan dilakukan dengan berupa pidato serta arahan.

Dari beberapa penelitian yang telah dipaparkan di atas, terdapat setidaknya dua hal yang menjadi pembeda antara penelitian ini dengan penelitian-penelitian tersebut. *Pertama*,



berdasarkan lokus penelitian. Lokus penelitian yang penulis ambil berbeda dengan beberapa penelitian di atas. Lokasi Jawa Barat menjadi sangat menarik untuk dikaji karena daerah ini karena menunjukkan angka peningkatan yang cukup signifikan dalam memperoleh suara di Dapil VIII. Kemudian alasan kedua, jikapun lokus penelitiannya sama, tetapi sekup penelitian yang dilakukan berbeda. Jika penelitian sebelumnya meneliti permasalahan pada sekup Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) namun penelitian ini memilih sekup yang berbeda yaitu mengenai pemilihan legislatif. Jikapun sekup penelitiannya ternyata sama tetapi *point of view* penelitiannya berbeda dengan yang lain.

Tujuan dari penelitian ini adalah Mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi politik Partai Keadilan Sejahtera dalam meningkatkan perolehan suara di Daerah Pemilihan Jawa Barat VIII dalam Pemilu Anggota DPRD Jawa Barat tahun 2019. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dan manfaat praktis, yakni memberikan kontribusi terhadap pemahaman tentang teori strategi komunikasi politik. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian dalam bidang ilmu politik terkait strategi komunikasi politik khususnya. Kemudian penelitian ini diharapkan dapat menjadi kerangka acuan partai politik dalam meningkatkan perolehan suara pada Pemilu dan dapat dijadikan referensi untuk partai politik dalam mengemas strategi komunikasi politik untuk meningkatkan perolehan suara pada setiap Pemilu khususnya PKS atau calon anggota legislatif untuk memenangkan kontestan politik.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, karena penelitian ini berusaha untuk strategi komunikasi politik PKS dalam meningkatkan perolehan suara pada Pemilu tahun 2019. Pada penelitian metode kualitatif dengan tipe eksplanatori yang menggunakan jenis studi kasus, permasalahannya yang ditelaah secara komprehensif dan mendalam berbagai fenomena ditelaah dan ditelusuri, kemungkinan juga hubungan antar fenomena yang ada, dalam studi kasus meskipun pada umumnya dipakai dalam rangka studi yang bersifat eksploratif, akan tetapi tidak menutup kemungkinan untuk dilakukan interpretasi makna dan maupun menjelaskan pola-pola hubungan kausalitas antar fenomena.

Teknis pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, wawancara mendalam, dan telaah dokumen. Analisis data dilakukan dengan meringkas data, memilih, menerjemahkan dan mengorganisasikan data. Teknik pemeriksaan keabsahan data dilakukan dengan cara perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, triangulasi, analisis kasus negatif, kecakupan referensi, uraian rinci, dan auditing.

Proses wawancara dilakukan dengan mendokumentasikan wawancara melalui perangkat digital seperti alat perekam maupun manual melalui catatan. Pertimbangan pemilihan informan didasarkan pada teknik *purposive*. Mereka yang dipilih dianggap benar-benar menguasai masalah, memiliki data/informasi yang lengkap dan akurat serta bersedia memberikan data/informasi dengan jujur dan objektif. Peneliti mengambil data secara langsung melalui observasi dan wawancara dengan dengan Dewan terpilih PKS Dapil VIII, Ketua DPW PKS Jawa Barat, Ketua tim pemenang Pemilu DPW PKS Jawa Barat, Tokoh Masyarakat Kota Bekasi dan Kota Depok, Ketua Bapil DPD PDIP, Ketua DPC PPP Kota Bekasi, jurnalis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini mencakup komunikasi politik DPW PKS Jawa Barat dan Calon Legislatif dalam strategi komunikasi politik. Strategi komunikasi politik yang dilakukan PKS dan Calon Legislatif merupakan langkah untuk meningkatkan perolehan suara. Dalam berkomunikasi kita menciptakan persamaan pengertian, ide, pemikiran, dan sikap tingkah laku kita terhadap orang lain. Komunikasi politik merupakan bagian dalam komunikasi di organisasi politik, kondisi ini dapat dilihat dari pola komunikasi dalam komunikasi politik yang juga terdapat dalam komunikasi organisasi, seperti komunikasi internal, dan eksternal, komunikasi vertikal, horizontal, komunikasi satu arah dan dua arah serta komunikasi verbal, dan nonverbal. Terutama berkenaan dengan strategi komunikasi politik PKS dan Calon Legislatif saat berkampanye.

Strategi citra merupakan suatu proses atau cara bertindak yang dilakukan secara sadar, terencana dan sistematis untuk membentuk gambaran diri atau lembaga di benak khalayak dengan memberikan informasi secara langsung maupun melalui media. Strategi komunikasi politik pada dasarnya merupakan langkah-langkah dalam melakukan komunikasi politik yang berkaitan dengan pembuatan, penyebaran, penerimaan, dan dampak-dampak informasi berkaitan politik, baik melalui interaksi antar manusia maupun media seperti spanduk dan baliho. Demikian halnya dengan PKS dan Calon Legislatif. Untuk mendapatkan perolehan suara mayoritas dalam Pemilu, PKS dan Calon Legislatif telah melakukan strategi komunikasi politik mulai dari tahapan perencanaan, pengorganisasian, dan aksi nyata di lapangan untuk membangun komunikasi dengan masyarakat pemilih. Untuk mendapatkan simpati masyarakat di Jawa Barat khususnya di Kota Bekasi dan Kota Depok bersama kader PKS di Dapil VIII ini ada tokoh lokal yang berasal dari PKS menduduki di pemerintahan.

Selain menjalankan strategi-strategi yang telah dirumuskan secara nasional (tim pemenang pusat), dalam melakukan strategi komunikasi politik terhadap Pemilu 2019 juga melakukan strategi-strategi komunikasi politik sesuai kebutuhan di daerah yang telah ditetapkan. Hal tersebut sebagaimana diungkapkan oleh Chairoman J Putro sebagai Ketua Bapil DPW PKS Jawa Barat sekaligus Ketua DPRD Kota Bekasi mengatakan bahwa “dalam Pemetaan politik adanya manajemen dapil jadi setiap dapil ada manajemennya sendiri. Manajemen dapil kota, provinsi, dan nasional hal tersebut dilakukan untuk memetakan potensi segmen dari pemilih yang cocok dari masing – masing caleg dan disesuaikan metode pada saat berkampanye” Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Heri Koswara sebagai caleg terpilih mengatakan bahwa

“awal kita bentuk kepanitiaan sendiri, kemudian kita list mereka tentu mereka yang kita list ini yang pertama adalah mereka yang hari ini mendapatkan amanah di struktural, bisa mereka ketua DPC tingkat Kecamatan, bisa mereka pengurus di tingkat DPD dengan bidang-bidangnya, nah baru diluar itu kita juga bisa merekrut mereka yang tidak di struktur, mereka yang misalkan tokoh-tokoh yang memang sudah menjadi tokoh sebelum masuk ke partai, tokoh pendidikan, tokoh kepemudaan di karang taruna, mereka tidak masuk di struktur tapi mereka sudah punya basis massa dan sudah punya jaringan, sehingga kita calonkan mereka sudah running berjalan untuk menguatkan basis massa di jaringan-jaringan itu, nah untuk branding personalnya kita minta bahwa masing-masing mereka itu membentuk timses, bahwa mereka membentuk timsesnya masing-masing yang timses ini sudah kita bagi wilayah-wilayahnya”

Lebih lanjut Haru Suandharu sebagai Ketua DPW PKS Jawa Barat mengungkapkan, strategi komunikasi politik terhadap pencalonan presiden nomor urut 2 pasangan Prabowo dan Sandiaga Uno bahwa PKS sebagai partai yang mendukung pasangan nomor urut 2 ini “ Pada saat itu masyarakat fokusnya kepada pilpres bukan pada pileg, tetapi kita tidak bisa seperti itu, maka kita tampil sebagai prabowo presidenku dan pks partaiku. Kemudian di pusat ada politik gagasan dan disingkat pks 8 : P perlindungan ulama, K stnk gratis S pajak sim seumur hidup. Penghasilan dibawah 800 juta tidak kena pajak”. Berdasarkan hasil wawancara di atas, maka dapat dipahami bahwa dalam strategi komunikasi politik yang dilakukan PKS dan Calon Legislatif yaitu mengikuti gelombang pemberitaan dan issue terhangat dari masyarakat, adanya janji kampanye yang diberikan kepada masyarakat untuk menarik khalayak serta memanfaatkan kader PKS untuk melakukan sosialisasi serta adanya pemetaan secara struktur daerah.

Hal tersebut merupakan strategi komunikasi politik yang dibangun bersama tim pemenang di tingkat nasional dan daerah. Namun demikian, PKS dan Calon Legislatif juga menyusun strategi tersendiri sesuai dengan kebutuhan daerah. Seperti penempatan alat-alat peraga kampanye di lokasi-lokasi strategis, agar pesan-pesan komunikasi politik PKS dan Calon Legislatif dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Selain itu, bentuk pendekatan yang dilakukan dengan masyarakat juga berbeda-beda, disesuaikan dengan kebutuhan di lapangan.

Ada beberapa pendekatan yang dilakukan Calon Legislatif dan kader PKS di Jawa Barat, diantaranya menyampaikan pesan-pesan ajakan (persuasif) kepada masyarakat, memperkuat

basis massa di tingkatan setiap daerah melalui forum-forum keagamaan dan kepemudaan, serta ikut aktif membantu kegiatan sosial kemasyarakatan lainnya.

Menurut Arifin dalam (Hikmat, 2010) tujuan komunikasi politik adalah penyampaian pesan politik dalam sebuah sistem politik tertentu oleh komunikator politik kepada komunikan politik. Tujuan komunikasi politik yaitu meliputi: citra politik, pendapat umum, partisipasi politik, sosialisasi politik, pendidikan politik dan rekrutmen politik. Dalam komunikasi politik "perilaku" atau "tindakan" sama dengan komunikasi yang memiliki kepentingan politik. Beberapa kegiatan yang dilakukan DPW PKS Jawa Barat dalam bahasa nonverbal di atas merupakan komunikasi politik yang mereka sampaikan melalui beberapa perilaku serta tindakan yang menyangkut kekuasaan, pengaruh, otoritas, konsensus dan kerjasama. Tujuan utama dalam komunikasi politik adalah penyampaian pesan politik verbal maupun nonverbal. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Haru Suandharu sebagai Ketua DPW PKS Jawa Barat "Kader pks aktif di masyarakat dan ketika ada masyarakat yang sakit ada butuh pertolongan, kader pks membantu dan menolong. Sehingga citra yang terbangun pks itu partai yang bersih, peduli dan profesional". Bersih, peduli dan profesional Serupa dengan pernyataan Heri Koswara sebagai Calon legislatif terpilih mengatakan bahwa

"kepedulian itu harus kita buktikan sebab ternyata kita tidak terbukti kita akan ditinggalkan pada 5 tahun yang akan datang, oleh karena itu saya katakan tadi ketika ada banjir kita harus hadir di sana ketika ada orang sakit kita harus hadir di sana, pertama citranya kepedulian yang kemudian bersih artinya dalam ketika kita mendapatkan amanah selama 5 tahun betul-betul kita jaga tidak akan melakukan sesuatu yang dapat mencederai hati masyarakat profesionalisme artinya setiap reses kita bertanggung jawabkan saya misalkan reses 4 bulan sekali itu loh hasil kerja saya selama 4 bulan, ini PERDA yang sudah saya lakukan, ini control yang sudah saya lakukan, nah itu harus ada akuntabilitasnya, nah pencitraan itu lah yang kita lakukan di hadapan mereka sehingga mereka betul-betul yakin tentang apa yang kita lakukan".

Berdasarkan hasil wawancara di atas, maka dapat dipahami bahwa langkah-langkah strategi komunikasi politik yang dilakukan Calon Legislatif, kader PKS adalah dengan cara melakukan pendekatan kepada masyarakat melalui ajakan-ajakan persuasif (membujuk). Ajakan-ajakan tersebut tidak hanya dilakukan di forum-forum resmi, tapi juga di warung-warung dan rumah-rumah masyarakat secara tatap muka. Setiap pesan komunikasi politik yang disampaikan bertujuan untuk meningkatkan citra politik. Calon Legislatif, PKS di mata masyarakat. Hal tersebut mendapat sambutan baik dari masyarakat, seperti yang dikatakan oleh K.H Dzakam Syari sebagai Tokoh Masyarakat Kota Bekasi mengatakan bahwa "citra yang baik dari kader PKS dan Calon Legislatif dari segi keagamaan dan sosialnya memberikan simpatik kepada masyarakat sehingga masyarakat memilih PKS" Sasaran pendekatan yang dilakukan Calon Legislatif dan PKS adalah para tokoh pemuda, kalangan perempuan, tokoh masyarakat, dan tokoh-tokoh keagamaan. Hal ini dimaksudkan untuk memperkuat basis massa dan mempermudah pemetaan kekuatan dalam mengkampanyekan pesan-pesan komunikasi politik Calon Legislatif PKS.

Cara yang dilakukan oleh Calon Legislatif dan PKS dengan berinteraksi ke masyarakat dan di jalan pada saat *flashmob* merupakan langkah yang berbeda oleh partai lain dan dapat menarik perhatian masyarakat seperti yang dikatakan oleh Chairoman J Putro sebagai Ketua Bapilu DPW PKS Jawa Barat sekaligus Ketua DPRD Kota Bekasi mengatakan bahwa "*Flashmob* sebagai kreativitas partai politik itu menarik, karena tidak ada partai lain yang melakukannya. Melakukan *flashmob* ini kelebihanannya kader karena kalau bukan kader yang melakukannya pasti mahal". Hal tersebut dilakukan untuk menarik perhatian masyarakat dengan berbagai kalangan yang melewati jalanan dan dapat menarik perhatian dengan cara *flashmob*. Komunikasi ke bawah seperti yang dilakukan oleh PKS dengan cara *flashmob* ini merupakan untuk menyampaikan pesan - pesan politik seperti yang dikemukakan oleh Lewis (1987) dalam Muhammad (2001),

"komunikasi ke bawah adalah untuk menyampaikan tujuan, untuk merubah sikap, membentuk pendapat, mengurangi ketakutan dan kecurigaan yang timbul karena salah

informasi, mencegah kesalahpahaman karena kekurangan informasi dan mempersiapkan anggota organisasi untuk menyesuaikan diri dengan perubahan. Pesan tersebut biasanya berhubungan dengan pengarahan, tujuan, disiplin, perintah, pertanyaan dan kebijakan umum”.

Strategi komunikasi politik yang dibangun Calon Legislatif dan PKS tidak hanya sebatas pendekatan dengan masyarakat. Calon Legislatif dan PKS juga memanfaatkan berbagai media untuk menyampaikan pesan-pesan komunikasi politik PKS. Adapun media-media yang digunakan adalah media massa (cetak, elektronik dan internet) dan media nirmassa (spanduk, baliho, selebaran, striker, baju dan lain-lain). Tujuannya untuk menggalang massa yang lebih luas. Hal tersebut seperti yang diungkapkan oleh Haru Suandharu sebagai Ketua DPW PKS Jawa Barat mengatakan bahwa “Media yang kami gunakan dari berbagai media hal terkecil sampai pada umumnya, dimulai dengan kartu nama, stiker, brosur, flyer, facebook, wa, instagram, youtube dan semua media digunakan”. Berdasarkan hasil wawancara di atas, maka dapat dipahami bahwa media yang digunakan PKS dan Calon Legislatif meliputi semua bentuk media massa. Mulai dari surat kabar, radio sampai *new media* (internet). Selain itu, mereka juga menggunakan spanduk, baliho, stiker, baju dan pesan singkat melalui telepon genggam. Penyampaian pesan komunikasi politik melalui media massa, dilakukan secara nasional yang telah dirumuskan oleh tim pemenang di tingkat pusat. Pesan-pesan komunikasi politik PKS yang disampaikan lewat media massa dikemas dalam bentuk slogan, flyer dan spanduk spanduk di setiap daerah.

SIMPULAN

DPW PKS Jawa Barat dan Calon Legislatif dalam Strategi Komunikasi Politik dalam meningkatkan perolehan suara pada pemilu 2019. Strategi komunikasi yang dilakukan setiap kader dan Calon Legislatif yang mencalonkan membangun citra diri yang inklusif dan menghilangkan citra partai yang eksklusif, menghilangkan stigma miring (stereotip) di masyarakat, membangun kerjasama dengan semua elemen bangsa, mendapat tempat di hati masyarakat, serta adanya kekuatan dari para kader partai PKS dengan saling membantu dan solidaritas yang tinggi maka bisa saling membantu untuk berkampanye dan menurunkan biaya kampanye. Janji kampanye yang dibuat PKS menarik masyarakat karena program yang dijanjikannya menjadi kebutuhan dasar masyarakat urban pada saat ini. meskipun program tersebut menuai pro dan kontra.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Pemerintah yang dalam hal ini yaitu Kementerian Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia (Kemenpora RI) yang telah memberikan sumbangsih kepada penulis sehingga artikel ini dapat dikerjakan sampai dengan selesai. Tidak lupa juga kepada instansi Universitas Padjadjaran Bandung yang telah bekerjasama dengan Kemenpora RI sehingga penulis mendapatkan kesempatan dalam menyelesaikan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adela, F. P., & Truna, D. S. (2017). Partisipasi Rakyat Dalam Pengawasan Pilkada, Antisipasi Tingginya Angka Golput Di Pilkada Sumut 2018. *Jurnal Bawaslu*, 3(1), 107-118. Retrieved from <http://jurnal.bawaslu.go.id/Edisi-I.pdf>
- Anwar, M. (2015). Strategi komunikasi politik partai keadilan sejahtera dalam meningkatkan elektabilitas pada Pilkada 2015 di kota Samarinda. *eJurnal Ilmu Komunikasi*, 3 (3).
- Ardial. (2010). *Komunikasi Politik*. Jakarta: PT. INDEKS.
- Arifin, A. (2006). *Pencitraan dalam Politik: Strategi Pemenangan Pemilu dalam Perspektif Komunikasi Politik*. Jakarta: Pustaka Indonesia.
- Faiza, L. (2019). Strategi Komunikasi Politik Pks pada Pemilihan Umum (Pemilu) Tahun 2019 di Kota Pekanbaru. *Jurnal Dinamika Pemerintahan*, 2(2), 140-151.
- Gazali, E. (2004). *Communication of politics and politics of communication in Indonesia : A Study on Media Performance, Responsibility, and Accountability*. Doctor Thesis Radboud University Nijmegen.



- Hikmat, M. M., & Nurbaya, N. S. (2010). *Komunikasi politik: teori dan praktik: dalam pilkada langsung*. Simbiosis Rekatama Media.
- Mahmud, I. (2018). Strategi pemenangan Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia (PKPI) dan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dalam Pemilu Legislatif Kota Salatiga tahun 2009. *Jurnal Politika*, 9 (1).
- Muchtar, K., & Aliyudin, A. (2019). Public Relations Politik Partai Keadilan Sejahtera dalam Pemilukada Jawa Barat. *Communicatus: Jurnal Ilmu komunikasi*, 3(1), 69-90.
- Muhammad, A. (2001). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Nasution, F. A. (2020). Menakar Partisipasi Politik Masyarakat Kota Medan Terhadap Pemilihan Walikota Medan Tahun 2020: Indonesia. *Politeia: Jurnal Ilmu Politik*, 12(2), 97-133. Retrieved from <https://talenta.usu.ac.id/politeia/article/view/3955>
- Nasution, F. A., & Kushandajani. (2019). Partisipasi Politik Masyarakat Kecamatan Medan Maimun Pada Pemilihan Gubernur Sumatera Utara Tahun 2018. *JPPUMA Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Sosial Politik Universitas Medan Area*, 7(2), 227-235. <https://doi.org/https://doi.org/10.31289/jppuma.v7i2.3015>
- Nimmo, D. (2005). *Komunikasi Politik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurussa'adah, E., & Sumartias, S. (2017). Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dalam Keterbukaan Ideologi. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 5(1), 43-52.
- Putri, R. D. (2018). Takhta PKS Yang Langgeng di Depok. *tirto.id*. Diambil dari <https://tirto.id/takhta-pks-yang-langgeng-di-depok-cXvS>
- Ritonga, A. D., & Adela, F. P. (2020). Mencermati Populisme Prabowo Sebagai Bentuk Gaya Diskursif Saat Kampanye Politik Pada Pemilihan Presiden 2019. *POLITEIA: Jurnal Ilmu Politik*, 12(1), 1-13. <https://doi.org/https://doi.org/10.32734/politeia.v12i1.3170>
- Syarif, Z., & Hannan, A. (2020). Islamic Populism Politics and Its Threat to Indonesian Democracy. *Al-Tahrir: Jurnal Pemikiran Islam*, 20(2), 251-277. <https://doi.org/10.21154/altahrir.v20i2.2128>

