

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PARTAI KEADILAN SEJAHTERA DALAM MENINGKATKAN ELEKTABILITAS PADA PILKADA 2015 DI KOTA SAMARINDA

Muhammad Anwar¹

Abstrak

Muhammad Anwar, NIM 0802055111. Strategi Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera Dalam Meningkatkan Elektabilitas Pada Pilkada 2015 di Kota Samarinda yang di bimbing oleh ibu Inda Fitriyarini S.Sos. M.Si selaku dosen pembimbing I, dan bapak Mohammad Taufik S.Sos. M.Si selaku dosen pembimbing II.

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui efektifitas strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh partai keadilan sejahtera. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui key informan dengan wawancara langsung dan observasi serta data sekunder melalui laporan mengenai kegiatan yang di lakukan oleh instansi tersebut seperti dokumentasi, arsip-arsip, dan dokumen yang berkaitan dan di perlukan dalam penelitian ini.

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan atau mendeskripsikan obyek yang diteliti berdasarkan fakta yang ada di lapangan (sugiyono, 2006;212). Dengan menggunakan analisis data yang mengacu pada metode Miles dan Huberman yaitu analisis data yang diawali dengan proses pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Dari Hasil penyajian data yang di peroleh dan penguraian pada pembahasan penelitian ini, diketahui bagaimana gambaran secara umum dari strategi komunikasi politik yang di lakukan oleh Partai Keadilan Sejahtera dalam meningkatkan elektabilitas masyarakat di kota samarinda ini sudah berjalan secara maksimal tetapi itu semua harus didasari oleh pemahaman dan keyakinan masarakat itu sendiri juga. Strategi komunikasi telah dilakukan oleh partai keadilan sejahtera dengan melakukan berbagai kegiatan untuk meningkatkan elektabilitas masyarakat dan penyiaran pesan melalui media yang berupa ajakan seperti radio, televisi, surat kabar. Semua program tersebut di lakukan bertujuan untuk mengajak masyarakat berperan aktif dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Partai Keadilan Sejahtera.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Politik, Partai Keadilan Sejahtera, Elektabilitas

¹ Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: anwar.muhammad@yahoo.co.id

Pendahuluan

Partai politik adalah suatu wadah bagi masyarakat untuk menuangkan inspirasi dan partisipasinya terhadap organisasi demi mewujudkan tujuan-tujuan yang diprogramkan untuk kepentingan bersama. Namun, semakin berkembangnya suatu Negara banyak petinggi-petinggi partai politik yang telah menyeleweng dari tugas semestinya, seperti halnya korupsi yang banyak terjadi diakhir tahun ini, yang sering diberitakan di media massa.

Seperti halnya pemberitaan tentang nasib partai politik islam yang dalam beberapa pemilu terakhir kehilangan semangat juangnya, media secara serentak meskipun tidak dalam waktu yang bersamaan mengangkat isu tersebut menggunakan *frame* yang berbeda. Tanpa bisa dipungkiri lagi kepentingan media berada dibalik pembingkaiannya yang variatif tersebut.

Hal serupa bisa saja terjadi pada menurunnya salah satu partai islam di Indonesia yaitu partai PKS. Pada pemilu terakhir ketika Lutfi Hasan Ishaq mantan Presiden PKS ditangkap KPK terkait kasus suap impor daging sapi. Skandal ini mau tidak mau menjadi bom bunuh diri yang berakibat pada turunnya pamor serta turunnya kepercayaan masyarakat. Pada saat kepemimpinan Luthfi Hasan Ishaq tidak hanya stigma negatif partai pendukung poligami yang akan menggerus suara perempuan, tapi juga akan berhadapan dengan opini korupsi yang melekat sejak bekas Presiden PKS, Luthfi Hasan Ishaq tersangkut kasus suap impor di Kementerian Kehutanan. stigma partai pendukung poligami dan kasus korupsi menyebabkan pemilih akan meninggalkan PKS. Faktor yang menyebabkan PKS akan ditinggalkan sebagian besar pemilihnya dalam Pemilu 2014 karena kegagalan aktor-aktor politik di partai itu mempertahankan citra. Kasus-kasus yang menjadi penyebab PKS akan ditinggalkan sebagian besar pemilihnya adalah korupsi yang melibatkan mantan Presiden PKS Luthfi Hasan Ishaq dan poligami yang dilakukan Presiden PKS saat ini Anis Matta

Hal ini mengakibatkan banyak dampak terhadap masyarakat, salah satunya adalah tingkat kepercayaan masyarakat yang semakin menurun terhadap partai-partai politik tersebut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada pertengahan juni 2013 lalu, menjelaskan bahwa publik tidak percaya lagi pada politik karna buruknya citra lembaga politik dimata masyarakat. Masyarakat dinilai sudah tidak percaya lagi pada politik, semakin sering mengikuti berita politik, kepercayaan masyarakat terhadap dunia politik semakin ambruk.

Hasil survey Alvara Riset Center menunjukkan popularitas dan elektabilitas partai berbasis agama islam terus anjlok. Survey yang digelar pada Juli-Agustus 2013 ini sama sekali tidak menempatkan satu partai islam pada posisi lima besar, bahkan menempati posisi paling bawah. Partai berbasis islam sangat lemah dan terus melemah. Rendahnya populasi dan elektabilitas ini berkaitan dengan sejumlah kasus korupsi yang turut menjerat tokoh dan pemimpin islam. Hal ini membuat para pemilih kalangan menengah tidak lagi bisa mengandalkan kepercayaan pada partai berbasis agama. *Track record* dan kapasitas tokoh islam juga masih kurang.

Berdasarkan total popularitas, Alvara mencatat Partai Keadilan Sejahtera (PKS) menempati posisi kelima sebesar 90,1 persen, Partai Amanat Nasional

(PAN) keenam dengan 86,7 persen, Partai Persatuan Pembangunan (PPP) ketujuh dengan 84,8 persen, Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) kesepuluh dengan 81 persen, dan Partai Bulan Bintang (PBB) pada posisi kesebelas dengan 58,7 persen. Kelimanya masih jauh dari peringkat pertamanya yaitu Partai Golkar dengan 97,8 persen.

Elektabilitas kelima partai Islam itu juga sangat rendah. Alvara mencatat PKS hanya mampu menempati posisi ketujuh besar 3,4 persen, diikuti secara berurutan PPP sebesar 2,2 persen, PAN sebesar 2,1 persen, PKB sebesar 1,7 persen, dan PBB sebesar 0,1 persen.

Hasil survei Lingkaran Survei Indonesia (LSI) yang digelar pada 1-8 Maret lalu menempatkan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) pada posisi 9 dengan tingkat elektabilitas sebesar 3,7 persen. Hasil itu disimpulkan sebelum mencuat kasus penangkapan Luthfi Hassan Ishaq. Demikian pula isu-isu negatif yang menghubungkan-hubungkan PKS dengan Ahmad Fathanah.

Dari data-data diatas maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul Strategi Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera Dalam Meningkatkan Elektabilitas

Teori Uses and Gratifications

Menurut, Blumler dan Katz Teori Uses and Gratifications menyatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif dalam memilih dan menggunakan media. Pengguna mengambil bagian aktif dalam proses komunikasi dan berorientasi pada penggunaan media. Teori Uses and Gratifications mengatakan bahwa pengguna media yang berusaha mencari sumber media yang terbaik untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Teori Uses and Gratifications berasumsi bahwa pengguna memiliki pilihan alternatif untuk memenuhi kebutuhan mereka. Teori Uses and Gratifications memusatkan perhatian pada kegunaan isi media untuk memperoleh gratifikasi atau pemenuhan kebutuhan.

Pengertian Strategi

Kata strategi bisa diartikan sama dengan kata cara. Strategi adalah kegiatan dalam organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ada atau aksi dalam organisasi untuk mencapai *performance* terbaik. Simandjuntak (2003:78). Pengertian Umum Strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu acara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Pengertian Komunikasi

Apa sebenarnya komunikasi itu? Secara etimologis berasal dari perkataan latin "*communicatio*". Istilah ini bersumber dari perkataan "*communis*" yang berarti sama (sama makna atau sama arti). Jadi komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan. (Effendy, 2003:30)

Strategi Komunikasi

Menurut Uchjana (1993 : 300) Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) Untuk mencapai satu

tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut; strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan taktik operasionalnya.

Jadi strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai satu tujuan. Untuk mencapai satu tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2005:1092) strategi komunikasi adalah suatu cara yang dikerjakan demi kelancaran suatu komunikasi. Pada istilah lain strategi komunikasi adalah metode atau langkah-langkah yang diambil untuk keberhasilan proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik secara langsung, secara lisan maupun tidak langsung melalui media tertentu Effendy (2008:5).

Komunikasi Politik

Komunikasi Politik adalah setiap penyampaian pesan yang disusun secara sengaja untuk mendapatkan pengaruh atas penyebaran atau penggunaan power dalam masyarakat. Komunikasi sebagai kegiatan politik merupakan penyampaian pesan-pesan yang bercirikan politik oleh aktor-aktor politik kepada pihak lain. kegiatan ini bersifat empirik karna dilakukan secara nyata dalam kehidupan sosial.

Menurut Rusadi Kantaprawira (1983:25) seorang pakar hukum , melihat komunikasi politik dari sisi kegunaannya; Komunikasi politik itu adalah untuk menghubungkan pikiran politik yang hidup dalam masyarakat, baik pikiran internal golongan, instansi, asosiasi, ataupun sektor kehidupan politik pemerintah.

Menurut Harsono Suwardi (1997:12) Komunikasi politik dapat dilihat dari arti sempit maupun dalam arti luas. Dalam arti sempit komunikasi politik adalah : “Setiap bentuk penyampaian pesan, baik dalam bentuk lambang-lambang maupun dalam bentuk kata-kata tertulis atau terucapkan, ataupun dalam bentuk isyarat yang mempengaruhi kedudukan seseorang yang ada dalam suatu struktur kekuasaan tertentu. Sedangkan dalam arti luasnya komunikasi politik adalah ; Setiap jenis penyampaian pesan, khususnya yang bermuatan info politik dari suatu sumber kepada sejumlah penerima pesan.

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 kebijakan harus ada yang menyampaikannya dan ada yang menerimanya, proses tersebut adalah proses komunikasi.

Unsur-unsur Komunikasi Politik

Sebagai mana unsur-unsur komunikasi pada umumnya, maka komunikasi politik pun terdiri dari beberapa unsur, yaitu ; Komunikator politik, Komunikan, Isi Komunikasi, Media Komunikasi, Tujuan Komunikasi, Sumber dan Efek.

Setiap unsur jelas fungsinya, yang mengarah pada tercapainya “fungsi primer” komunikasi politik yaitu tujuan komunikasi. Dalam komunikasi politik maka fungsi primer komunikasi melembaga dalam fungsi primer negara sesuai fungsi politik yang melandasinya. Seperti halnya dengan disiplin komunikasi lainnya, maka komunikasi politik sebagai *body of knowledge* juga terdiri atas berbagai unsur, yakni sumber (komunikator), pesan, media atau saluran, efek, dan komunikasi. (Nimmo: 1978, Mansfield dan Weaver: 1982 dalam Dahlan, 1990), yaitu :

1. Komunikator politik
2. Pesan politik
3. Saluran atau media
4. Efek atau umpan balik
5. Komunikasi Politik

Komunikator Politik

Dalam komunikasi politik yang dimaksud komunikator politik adalah individu-individu yang menduduki struktur kekuasaan, individu-individu yang berada dalam suatu institusi, asosiasi, partai politik, lembaga-lembaga pengelola media massa dan tokoh-tokoh masyarakat. Komunikator politik dapat pula berupa Negara, badan-badan Internasional dan mereka yang mendapat tugas atas nama negara.

Isi (pesan-pesan) Komunikasi Politik

Isi (pesan) komunikasi merupakan produk penguasa setelah melalui proses encoding atau setelah di formulasikan kedalam simbol-simbol sesuai lingkup kekuasaan. Pada dasarnya isi komunikasi akan terdiri dari:

1. Seperangkat norma yang mengatur lalu lintas transformasi pesan-pesan.
2. Panduan dan nilai-nilai idealis yang tertuju pada upaya mempertahankan dan melestarikan sistem nilai yang sedang berlangsung.
3. Sejumlah metode dan cara pendekatan untuk mewujudkan sifat-sifat integratif bagi penghuni sistem.
4. Karakteristik yang menunjukkan identitas bangsa.
5. Motivasi sebagai dorongan dasar yang memicu pada upaya meningkatkan kualitas hidup bangsa.

Dari ungkapan diatas memberi informasi bahwa komunikasi didalam prosesnya berada pada struktur formal. Pesan-pesan komunikasi mengalir menurut jenjang struktur kekuasaan sampai kepada sasaran. Selanjutnya dapat dilihat dengan pendekatan Model Transaksi Simultan dari Melvin L. DeFleur (1993: 21-25) dengan karakternya yang nonlinear.

Media Komunikasi Politik

Dalam sistem politik yang bagaimanapun bentuk dan sifatnya, maka media komunikasi mendapat tempat yang cukup penting. Media komunikasi menjadi pusat perhatian penguasa sebagai alat untuk mendapat legitimasi rakyat didalam melakukan kebijaksanaan dan sekaligus memperkuat kedudukan penguasa melalui

pesan-pesan komunikasi yang telah diinterpretasikan kedalam simbol-simbol kekuasaan.

Efek Komunikasi Politik

1. Sosialisasi Politik, manusia tidak dilahirkan dengan membawa kepercayaan, nilai, dan penghargaan politik. Seorang anak menjadi terbuka terhadap komunikasi yang relevan dengan politik melalui komunikasi interpersonal, organisasi, dan komunikasi massa.
2. Partisipasi Politik, melalui sosialisasi politik, manusia mengembangkan kepercayaan, nilai dan penghargaan yang relevan dengan politik. Bagaimana seseorang berpartisipasi secara penuh dalam politik tergantung pada kuatnya sosialisasi politik yang ia dapatkan.
3. Mempengaruhi Pemilu Propaganda, retorika, periklanan, promosi yang dilakukan oleh komunikator politik tak lain dan tidak bukan merupakan upaya komunikator politik untuk mendapatkan suara dalam sebuah pemilu. Melalui perspektif seorang komunikator politik, yang telah belajar mengidentifikasi diri dengan lambang-lambang politik yang signifikan, akan mengklaim dirinya.
4. Mempengaruhi Pejabat, komunikasi politik selalu mengenai komunikasi dua arah antara warga negara dan pejabat. Dalam setiap kajian komunikasi politik, terdapat diskusi mengenai keterkaitan opini publik dan kebijakan pemerintah.

Komunikasikan Politik (Khalayak)

Khalayak yang dimaksudkan di sini sebenarnya adalah komunikasikan, yaitu pihak yang menjadi tujuan disampaikannya pesan-pesan politik (receiver, audience). Namun seringkali dalam perspektif para ahli komunikasi yang menekuni kajian komunikasi politik, komunikasikan lebih sering ditekankan pada masyarakat umum atau publik. Yang perlu diperhatikan, sebenarnya dalam sebuah proses komunikasi komunikasikan dan komunikasikan dapat bertukar peran satu sama lain, tergantung pada situasi komunikasi yang berlangsung.

Partai Politik

Yang dimaksud partai politik adalah perkumpulan (segolongan orang-orang) yang seases, sehaluan, setujuan (terutama dibidang politik). Baik yang berdasarkan partai kader atau struktur kepartaian yang dimonopoli oleh sekelompok anggota partai yang terkemuka; maupun yang berdasarkan partai massa, yaitu partai politik yang mengutamakan kekuatan berdasarkan keunggulan jumlah anggotanya. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) parpol juga berarti perkumpulan yang didirikan untuk mewujudkan ideology politik tertentu (KBBI, 1990 : 650).

Tujuan Partai Politik

Tujuan partai politik adalah untuk mencari dan mempertahankan kekuasaan guna melaksanakan program-program yang telah mereka susun sesuai dengan ideologi tertentu. Partai politik bertujuan untuk mewujudkan cita-cita nasional dari

suatu bangsa yang sebagai mana tercantum dalam pembukaan UUD republik Indonesia tahun 1945. Tujuan idealnya adalah bukan untuk kepentingan pribadi atau golongan tertentu melainkan untuk seluruh bangsa Indonesia.

Menjaga dan memelihara keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Partai politik didirikan bukanlah untuk memecah persatuan dan kesatuan bangsa. Partai politik juga didirikan bertujuan untuk mengembangkan kehidupan demokrasi yang berdasarkan Pancasila dan menjunjung tinggi kedaulatan rakyat didalam Negara Republik Indonesia.

Dengan adanya partai politik, kehidupan demokrasi dapat berkembang sehingga kedaulatan dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat dapat tercapai serta mewujudkan kesejahteraan seluruh rakyat Indonesia.

Fungsi Partai Politik

Partai politik berfungsi sebagai sarana :

- a) Partai politik sebagai sarana komunikasi politik
Komunikasi politik adalah proses penyampaian informasi politik dari pemerintah kepada masyarakat dan sebaliknya dari masyarakat kepada pemerintah. Parpol disini berfungsi sebagai penyerap, menghimpun, mengolah dan menyalurkan aspirasi politik masyarakat dalam merumuskan dan menetapkan suatu kebijakan.
- b) Partai politik sebagai sarana sosialisasi politik. Sosialisasi politik adalah proses pembentukan sikap dan orientasi politik mengenai suatu fenomena politik yang sedang dialami suatu negara.
- c) Partai politik sebagai sarana rekrutmen politik. Rekrutmen politik adalah proses seleksi dan pengangkatan seseorang atau kelompok untuk melaksanakan sejumlah peran dalam sistem politik ataupun pemerintahan. Atau dapat dikatakan proses seleksi dan pengangkatan seseorang atau kelompok untuk menduduki suatu jabatan ataupun beberapa jabatan politik.
- d) Partai politik sebagai sarana pengatur konflik. Pengatur konflik adalah mengendalikan suatu konflik (dalam hal ini adanya perbedaan pendapat atau pertikaian fisik) mengenai suatu kebijakan yang dilakukan pemerintah. Pengendalian konflik ini dilakukan dengan cara dialog, menampung dan selanjutnya membawa permasalahan tersebut kepada badan perwakilan rakyat untuk mendapat keputusan politik mengenai permasalahan tersebut.

Kewajiban Partai Politik

1. Mengamalkan Pancasila, melaksanakan Undang-undang Dasar 1945 dan peraturan perundang-undangan lainnya.
2. Memelihara dan mempertahankan keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia.
3. Berpartisipasi dalam pembangunan nasional
4. Menjunjung tinggi supremasi hukum, demokrasi, dan hak asasi manusia.
5. Melakukan pendidikan politik dan menyalurkan aspirasi politik.
6. Menyukseskan penyelenggaraan pemilihan umum.

7. Melakukan pendaftaran dan memelihara ketertiban data anggota.
8. Membuat pembukuan, membuat daftar penyumbang, dan jumlah sumbangan yang diterima serta terbuka kepada masyarakat.
9. Membuat laporan pertanggungjawaban penerimaan dan pengeluaran keuangan
10. Memiliki Rekening khusus dana kampanye pemilihan umum
11. Menyosialisasikan program partai politik kepada masyarakat.

Elektabilitas Partai Politik

Salah satu tujuan komunikasi politik adalah membangun citra politik yang baik bagi khalayak. Citra politik itu terbangun atau terbentuk berdasarkan informasi yang kita terima, baik langsung maupun melalui media politik, termasuk media massa yang bekerja untuk menyampaikan pesan politik yang umum dan actual. Citra politik juga berkaitan dengan pembentukan pendapat umum, karena pada dasarnya pendapat umum politik terbangun melalui citra politik. Sedangkan citra politik terbentuk sebagai konsekuensi kognitif dari komunikasi politik. Robert (1997) mengatakan bahwa komunikasi tidak secara langsung menimbulkan pendapat atau perilaku tertentu, tapi cenderung mempengaruhi cara khalayak mengorganisasikan citranya tentang lingkungan, dan citra itulah yang mempengaruhi pendapat atau perilaku khalayak.

Elektabilitas adalah tingkat keterpilihan yang disesuaikan dengan kriteria pilihan. Elektabilitas bisa diterapkan kepada barang, jasa maupun orang, badan atau partai. Elektabilitas sering dibicarakan menjelang pemilihan umum. Elektabilitas partai politik berarti tingkat keterpilihan partai politik di publik. Elektabilitas partai tinggi berarti partai tersebut memiliki daya pilih yang tinggi. Untuk meningkatkan elektabilitas maka objek elektabilitas harus memenuhi kriteria keterpilihan dan juga populer.

Pilkada 2015 Kalimantan Timur

Pemilihan kepala daerah (Pilkada) di sembilan kabupaten/kota di Kaltim. Direncanakan, pilkada di sembilan daerah ini digelar serentak 15 Desember mendatang. Kabupaten/Kota yang Menggelar Pilkada 15 Desember 2015:

1. Samarinda
2. Balikpapan
3. Bontang
4. Kutai Kartanegara
5. Paser
6. Kutai Barat
7. Kutai Timur
8. Berau
9. Mahakam Ulu

Ketua Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Samarinda, Ramaon Dearnov Saragih menyatakan siap menggelar pemilihan walikota Samarinda Desember mendatang. Hal ini merujuk pada hasil revisi terbatas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 tentang Pemilihan Kepala Daerah oleh DPR RI. Hasil itu menetapkan jadwal pilkada serentak pada 2015 dan 2017.

Untuk Samarinda, masuk jadwal pilkada serentak Desember 2015. Tahapan pilkada serentak harus diselesaikan dalam waktu yang ditentukan. Mengacu pada pasal 157 UU Pilkada yang mengatur tahapan penyelesaian sengketa pilkada serentak maksimal selama 36 hari. Permohonan pembatalan diajukan maksimal 72 jam setelah penetapan perolehan suara oleh KPU. Untuk perbaikan dokumen keberatan, disebutkan maksimal 48 jam sejak permohonan diterima Pengadilan Tinggi. Sedangkan keputusan sengketa pilkada di pengadilan tinggi paling lama 14 hari sejak permohonan diterima.

Definisi Konsepsional

Strategi komunikasi politik adalah perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai satu tujuan yang setiap bentuk penyampaian pesannya, baik dalam bentuk lambang-lambang maupun dalam bentuk kata-kata tertulis atau terucapkan, yang mempengaruhi kedudukan seseorang yang ada dalam suatu struktur kekuasaan tertentu yang segalanya berkaitan dengan kepentingan politik politik, sedangkan dalam arti luasnya strategi komunikasi politik adalah segala perencanaan dan manajemen yang setiap jenis penyampaian pesannya, khususnya yang bermuatan info politik dari suatu sumber kepada sejumlah penerima pesan.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan peneliti gunakan adalah deskriptif kualitatif, dimana penelitian ini bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki, tanpa suatu maksud mengambil kesimpulan yang berlaku umum.

Fokus Penelitian

Fokus dalam penelitian adalah komunikasi politik yang dilakukan oleh Partai Keadilan Sejahtera (PKS) cabang Kota Samarinda dalam meningkatkan elektabilitas. Indikator dan subyek penelitian perlu dirumuskan guna mempertegas dan memberikan batasan-batasan didalam pembahasan yang akan bersngkut paut dengan permasalahan yang dikemukakan.

Seperti halnya dengan disiplin komunikasi lainnya, maka komunikasi politik sebagai *body of knowledge* juga terdiri atas berbagai unsur, yakni sumber (komunikator), pesan, media atau saluran, dan efek. (Nimmo: 1978, Mansfield dan Weaver: 1982 dalam Dahlan, 1990), yaitu :

1. Komunikator politik
2. Pesan politik
3. Saluran atau media
4. Efek atau umpan balik
5. Komunikan Politik

Sumber Dan Jenis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan informan sebagai sumber memperoleh data untuk penulisan skripsi ini. Peneliti informan berdasarkan beberapa pertimbangan antara lain informan yang peneliti tunjuk adalah orang yang peneliti anggap paling tahu dan menguasai tentang apa yang ingin peneliti teliti. Pengambilan informan dengan cara ini dapat disebut pula dengan cara Purposive Sampling.

Sebagai data pendukung peneliti menggunakan teknik snowball sampling yang merupakan teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil kemudian membesar. Dalam penentuan sampel, pertama-tama dipilih satu atau dua orang, tetapi karena dengan dua orang ini belum merasa lengkap terhadap data yang diberikan maka peneliti mencari orang lain yang dipandang lebih tau dan dapat melengkapi data yang diberikan oleh dua orang sebelumnya. Begitu seterusnya, sehingga jumlah sampel semakin banyak. (Sugiyono, 2006:216).

Untuk menunjang dan mendukung penelitian yang akan dilakukan, maka diperlukan data-data yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa jenis data yaitu adalah sebagai berikut:

1. Data Primer, yaitu data diperoleh melalui nara sumber dengan cara melakukan wawancara secara langsung dan dipandu melalui pertanyaan yang sesuai dengan fokus penelitian yang dipersiapkan sebelumnya oleh peneliti.
2. Data skunder, yaitu data yang diperoleh melalui beberapa sumber informasi, antara lain :
 - a. Dokumen-dokumen atau arsip, laporan dan lain-lain.
 - b. Buku-buku ilmiah, hasil penulisan yang relevan dengan penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data untuk penulisan skripsi ini, peneliti menggunakan penulisan dengan beberapa cara yaitu :

- 1) Penelitian Kepustakaan, penulis menggunakan perpustakaan untuk memperoleh teori-teori dasar dan konsep-konsep dari beberapa literatur yang ada hubungannya dengan penulisan skripsi ini.
- 2) Penelitian Lapangan (Field Work Research) dalam penelitian lapangan ini penulis menggunakan cara-cara sebagai berikut :
 - a) Observasi, yaitu pengumpulan data yang dilakukan secara langsung pada objek penelitian.
 - b) Wawancara, yaitu memperoleh keterangan melalui pengajuan pertanyaan secara langsung pada pihak informan.
 - c) Penelitian dokumentasi yaitu pengumpulan data yang dilakukan melalui pengumpulan data atau informasi dengan menggunakan dokumentasi atau arsip kantor

Teknik Analisis Data

Dalam analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan menggunakan teknik analisis Domain. Dalam analisis Domain, peneliti hanya sebatas mendeskripsikan secara umum sebuah kompleksitas masalah

penelitian. Tujuan teknik analisis data kualitatif untuk mencari makna umum atau gambaran umum masalah penelitian.

Dengan menggunakan Metode Analisis Data menurut Miles & Huberman Miles dan Huberman (1984) menyebutkan bahwa analisis data selama pengumpulan data membawa peneliti berpikir tentang data yang ada dan mengembangkan strategi untuk mengumpulkan data baru. Melakukan koreksi terhadap informasi yang kurang jelas dan mengarahkan analisis yang sedang berjalan berkaitan dengan dampak pembangkitan kerja lapangan.

Hasil Penelitian

Pembahasan

1. Komunikator Politik

Dalam kegiatan parpol PKS Samarinda, peneliti memahami bahwa meskipun setiap orang boleh berkomunikasi tentang politik dan menjadi komunikator, namun yang melakukannya secara tetap dan berkesinambungan jumlahnya relatif sedikit. Walaupun sedikit, para komunikator politik ini memainkan peran sosial yang utama, terutama dalam proses opini publik. Dari penyajian data berdasarkan lapangan, peneliti mengklasifikasikan komunikator utama dalam politik terbagi 3 yaitu politikus, profesional, dan aktivis.

Seorang politikus pada parpol PKS adalah kebanyakan orang-orang pro PKS yang dalam proses politiknya lebih memperjuangkan kepentingan bersama/publik. Mereka tidak begitu terpusat perhatiannya kepada mendesak tuntutan seorang kelompoknya. Mereka lebih menyibukkan dirinya untuk menetapkan tujuan kebijakan yang lebih luas, mengusahkan reformasi, bahkan mendukung perubahan revolusioner-jika hal ini mendatangkan kebaikan lebih bagi bangsa dan negara, namun apapun yang terjadi keutuhan anggota partai adalah hal yang paling utama dalam politik ini.

2. Pesan Politik

Berdasarkan penyajian data dan juga berdasarkan penelitian langsung, maka peneliti memahami bahwa hal utama mengenai pesan politik ini adalah berpatokan pada apakah pesan yang disampaikan melalui iklan politik otomatis akan sampai kepada audiens sebagaimana harapan parpol PKS, dalam hal ini kandidat atau partai politik PKS merumuskan 3 kondisi yang akan terjadi, yaitu:

Pertama, bagaimana pesan itu dikemas sehingga efektif masuk ke dalam benak audiens dan memberikan efek yang kuat pada tingkah laku untuk memutuskan dalam memilih Partai Keadilan Sejahtera sebagai partai pilihannya.

Kedua adalah peran besar media yang mampu menentukan apakah komunikator dari PKS itu akhirnya memiliki kesempatan untuk menyampaikan pesannya. Artinya, apakah komunikator diberikan cukup waktu oleh media untuk menayangkan iklan politiknya, seberapa besar biaya iklan itu, dan akan ditayangkan pada waktu yang seperti apa oleh media.

Dan yang terakhir peneliti memperhatikan regulasi atau Undang-Undang yang mengatur soal iklan politik, dalam hal ini undang-undang berkampanye.

3. Media politik

Dari pengamatan peneliti dilapangan mengenai strategi komunikasi politik partai PKS untuk meningkatkan elektabilitas masyarakat di kota Samarinda, peneliti memahami bahwa hadirnya media massa sebagai sarana untuk menyampaikan pesan-pesan terutama mengenai politik akan mempermudah kepada setiap komunikator politik dari parpol PKS dalam menyampaikan dan memperkenalkan siapa dirinya kepada khalayak. Begitu berkuasanya media dalam mempengaruhi pikiran, peranan, dan perilaku penduduk, sehingga era sekarang menyatakan bahwa ini era pemerintahan media, daripada demokrasi pemerintahan rakyat. Kekuatan media massa (*powerful media*) sebagai saluran untuk mempengaruhi khalayak, telah banyak memberikan andil dalam pembentukan opini publik tentang parpol PKS dan parpol lainnya.

4. Efek

Dari fakta dilapangan dan hasil wawancara peneliti dengan para narasumber sebagai pihak yang bersangkutan dari parpol PKS guna meningkatkan elektabilitas partai mereka, maka peneliti memahami bahwa dalam proses komunikasi politik pada parpol PKS, efek komunikasi merupakan akibat yang diberikan oleh komunikator PKS kepada masyarakat luas, setidaknya efek komunikasi merupakan tahap awal adanya *feedback* (umpan balik) yang merupakan indikator berlanjut tidaknya proses komunikasi tersebut. Proses efek komunikasi politik berkaitan dengan sosialisasi komunikasi politik memberikan suatu batas tentang sosialisasi komunikasi politik dimana suatu proses perkembangan seseorang untuk mendapatkan orientasi-orientasi politik dan pola-pola tingkah laku. Sumber dari sosialisasi politik adalah kelompok yang memiliki pengaruh cukup efektif dalam menyalurkan pemikiran dan perilaku politik komunikan.

5. Komunikan

Dari observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti, maka strategi komunikasi politik partai keadilan sejahtera dalam meningkatkan elektabilitas masyarakat di Kota Samarinda, komunikan yang dimaksud adalah masyarakat, khalayak, maupun kelompok orang yang merupakan sasaran objek dalam kepentingan politik bagi PKS dalam usaha menarik perhatian masyarakat dan khususnya dalam meningkatkan elektabilitas partai PKS itu sendiri.

Dari yang dikatakan nara sumber bahwa sasaran dari kepentingan politik itu adalah komunikan yang selanjutnya pihak PKS akan menerima efek yang pada intinya adalah menarik perhatian komunikan politik itu sendiri.

Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang dilakukan oleh peneliti mengenai Strategi Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera Dalam Meningkatkan Elektabilitas Masyarakat di Kota Samarinda, adalah :

1. Komunikator Politik merupakan salah satu hal utama sebagai strategi bagi Partai Keadilan Sejahtera guna meningkatkan Elektabilitas masyarakat di Kota Samarinda. Dari hasil penelitian komunikator politik terbagi menjadi 3 yaitu

politikus, professional, dan aktivis. Dari 3 sisi ini memiliki masing-masing keahlian, namun memiliki visi dan misi yang sama yaitu guna kepentingan Partai Keadilan Sejahtera dalam meningkatkan elektabilitas partai PKS dihadapan masyarakat.

2. Pesan Politik, dalam hal ini kandidat atau partai politik PKS merumuskan 3 kondisi yang akan terjadi, yaitu: Pertama, pesan itu dikemas sehingga efektif masuk ke dalam benak audiens dan memberikan efek yang kuat pada tingkah laku untuk memutuskan dalam memilih Partai Keadilan Sejahtera sebagai partai pilihannya, kedua adalah peran besar media yang mampu menentukan apakah komunikator dari PKS itu akhirnya memiliki kesempatan untuk menyampaikan pesannya. Artinya, komunikator diberikan cukup waktu oleh media untuk menayangkan iklan politiknya, seberapa besar biaya iklan itu, dan akan ditayangkan pada waktu yang seperti apa oleh media, dan yang terakhir peneliti memperhatikan regulasi atau undang-undang yang mengatur soal iklan politik, dalam hal ini undang-undang berkampanye.
3. Media Komunikasi Politik, secara garis besar mengenai strategi komunikasi politik partai PKS untuk meningkatkan elektabilitas masyarakat di kota Samarinda, peneliti memahami bahwa hadirnya media sebagai sarana untuk menyampaikan pesan-pesan terutama mengenai politik akan mempermudah kepada setiap komunikator politik dari parpol PKS dalam menyampaikan dan memperkenalkan siapa dirinya kepada khalayak. Begitu berkuasanya media dalam mempengaruhi pikiran, peranan, dan perilaku penduduk, sehingga era sekarang menyatakan bahwa ini era pemerintahan media, daripada demokrasi pemerintahan rakyat. Kekuatan media (*powerful media*) sebagai saluran untuk mempengaruhi khalayak, telah banyak memberikan andil dalam pembentukan opini publik tentang parpol PKS dan parpol lainnya. Contoh media yang digunakan PKS adalah, media cetak seperti Kaltimpost, Sapost, dan Tribun Kaltim. Media Elektronik seperti Tepian Channel, TVRI Kaltim, Samarinda TV, Kaltim TV, Radio RRI, Suara Kaltim, KPFM, dan berbagai iklan mulai dari brosur pamflet sampai spanduk dan baliho.
4. Efek Komunikasi Politik, efek komunikasi dalam penelitian ini merupakan akibat yang diberikan oleh komunikator PKS kepada masyarakat luas, setidaknya efek komunikasi merupakan tahap awal adanya *feedback* (umpan balik) yang merupakan indikator berlanjut tidaknya proses komunikasi tersebut. Proses efek komunikasi politik berkaitan dengan sosialisasi komunikasi politik memberikan suatu batas tentang sosialisasi komunikasi politik dimana suatu proses perkembangan seseorang untuk mendapatkan orientasi-orientasi politik dan pola-pola tingkah laku.
5. Komunikasikan Politik, dalam penelitian ini komunikasikan politik disini adalah sebagai orang yang berposisi mendapatkan pesan politik dari partai Keadilan sejahtera, dalam artian adalah masyarakat luas atau pun kelompok orang-orang atau pihak yang dalam proses komunikasi merupakan sasaran pernyataan-pernyataan dari pihak PKS yang ditujukan kepada masyarakat itu. Masyarakat yang menjadi komunikasikan adalah masyarakat secara umum baik itu berpendidikan tinggi maupun masyarakat biasa yang kurang berpendidikan

selama masyarakat tersebut mempunyai hak untuk memilih dalam pemilu. masyarakat juga sebagai objek yang menjatuhkan pilihan publiknya dalam pemilihan umum tersebut, partisipasi rakyat sangat penting dan dibutuhkan dalam rangka mengimplementasikan budaya demokrasi berdasarkan elektabilitas yang dimiliki PKS tersebut.

Saran-saran

Adapun saran yang diharapkan penulis dalam skripsi yang berjudul Strategi Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera Dalam Meningkatkan Elektabilitas Masyarakat di Kota Samarinda, adalah :

1. Diharapkan Partai Keadilan Sejahtera kota Samarinda dalam hal elektabilitas partai, dapat terus meningkatkan keunggulan serta kemampuan dan kekompakan anggota partai bagi kesejahteraan bangsa, Negara, terutama masyarakat.
2. Diharapkan pihak Partai Keadilan Sejahtera kota Samarinda dapat terus menjalankan visi misi guna menarik simpati masyarakat luas dengan menggunakan strategi komunikasi politik yang berlangsung sesuai harapan.

Daftar Pustaka

- Arifin, Anwar. 2003. *Komunikasi Politik*. PT (Persero) Penerbit dan Percetakan Balai Pustaka. Jakarta
- A.Rachman. 2003. *Sistem politik indonesia*. Bahan Ajar UMB, Jakarta
- Bungin, Burhan. 2010. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta,
- Cangara, Hafied. 2011. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta,
- Cangara, Hafied. 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT RajaGrafindo Persada, Jakarta,
- Cagara, Hafied. 2009. *Komunikasi Politik*. Rajawali Pers. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Dahlan, Alwi. 1990. “*Perkembangan Komunikasi Politik Sebagai Bahan Kajian*”. Jurnal Ilmu Politik No.6, Bandung
- Dahlan, Alwi. 1999. “*Teknologi Informasi dan Demokrasi*”. Dalam jurnal ikatan sarjana Komunikasi Indonesia, Vol.4 oktober 1999 : PT Remaja Rosdakarya, Bandung
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Remaja Rosdakarya. Bandung,
- Effendy, Onong Uchjana. 1987. *Ilmu Komunikasi Teoti dan Praktek*. Remaja Rosdakarya. Bandung,
- Effendy, Onong Uchjana. 1992. *Hubungan masyarakat suatu studi komunikologis*. PT.Rosdakarya. Bandung,
- Harun, Rochajat. 2006 . *Komunikasi Politik Sebagai Suatu Pengantar*, CV Mandar Maju, Bandung,

- Milbrath, L dan M, Goel. 1977. *Political Participation :How and Why do Pedple Get Involved in Politics*. Ed.ke-2. Chicago, Illinois : Rind McMally,
- McClosky, Hebert. 1972 . “*Political Participation*”. International Encylopedia of the Social Sciences. Ed. Ke-2. New York : The McMillan Company,
- Nimmo, Dan. 1989. *Komunikasi Politik: Komunikator dan Pesan Politik*, Remaja Karya, Bandung,
- Nimmo, Dan. 1989. *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan dan Media* (Edisi Terjemahan oleh Tjun Surjaman). PT. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Nimmo, Dan. 1989. *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*, Remaja Karya, Bandung
- Sugiyono. 2009. “*Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*”. Alfabeta Bandung,
- Sugiyono. 2006. *Metodelogi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, R&D*. Alfabeta, Bandung