

KAMPANYE POLITIK CALON LEGISLATIF PARTAI KEADILAN SEJAHTERA PADA PEMILU LEGISLATIF TAHUN 2014

Afrian Saputra

Abstrak

Artikel ini berisi tentang upaya Calon Legislatif Partai Keadilan Sejahtera dalam melakukan Kampanye Politik pada Pemilu Legislatif Tahun 2014, bagaimana Calon Legislatif beserta Partai Keadilan Sejahtera mempromosikan dirinya dan partainya dengan teknik-teknik kampanye politik agar dapat mengubah persepsi dan pemikiran calon pemilih sesuai dengan yang diinginkan aktor politik yaitu agar masyarakat mendukung dan memberikan suara mereka pada saat pemilu Legislatif. Penyebarluasan informasi tentang kandidat, partai, dan program yang dilakukan oleh aktor-aktor politik (komunikator) melalui saluran-saluran komunikasi tertentu yang ditujukan kepada segmen (sasaran) tertentu dengan tujuan mengubah wawasan pengetahuan sikap, dan perilaku para calon pemilih sesuai dengan keinginan si pemberi informasi.

Peneliti menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Peneliti menggunakan teknik purposive sampling, metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi dan wawancara mendalam dengan 1 key informan dan 3 informan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam kampanye politiknya Partai Keadilan Sejahtera memiliki kekurangan pada komunitor politik, dalam penyampaian pesannya tidak memiliki juru kampanye yang khusus dan terampil. Kurangnya opinion leader pada komunikator. Target sasaran politik mereka adalah para pemilih pemula dan pemilih muda. Dalam penyampaian pesannya teknik penyusunan pesan yang digunakan adalah (motivational appeal) pesan yang tidak disusun karena penuh janji-janji melainkan menumbuhkan pengaruh internal psikologis dan teknik penyusunan pesan yang mengarah kepada teknik penyusunan pesan two side issue, dan media komunikasi yang di gunakan adalah media luar ruang (out door), media format kecil, saluran komunikasi publik .

Kata Kunci: *kampanye politik, pemilu legeslatif*

Pendahuluan

Negara Indonesia adalah negara kesatuan yang berbentuk Republik dan menyerahkan kedaulatan berada di tangan rakyat. Seperti yang disebutkan dalam pasal 2 ayat (1), Undang – Undang Dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia Tahun 1945 menyatakan bahwa “Kedaulatan berada di tangan rakyat dan

¹Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email : afrianputra91@gmail.com

dilaksanakan menurut Undang – Undang Dasar. Makna dari kedaulatan berada di tangan rakyat dalam hal ini ialah bahwa rakyat memiliki kedaulatan, tanggung jawab, hak dan kewajiban untuk secara demokratis memilih pemimpin yang akan membentuk pemerintahan guna mengurus serta melayani seluruh lapisan masyarakat.

Perwujudan kedaulatan rakyat yang dilaksanakan melalui pemilihan umum secara langsung adalah sebagai sarana dari rakyat untuk memilih wakil – wakil yang akan menjalankan fungsi untuk pengawasan, menyalurkan aspirasi politik serta merumuskan anggaran pendapatan dan belanja untuk membiayai pelaksanaan fungsi – fungsi tersebut.

Pemilihan umum legislatif disini merupakan sarana demokrasi yang menjadi ajang bagi kedaulatan rakyat. Pada negara demokratis, pemilu yang notabene merupakan cerminan suara rakyat menjadi penentu nasib dan tujuan sebuah bangsa. Suara – suara inilah yang akan diwadahi oleh partai – partai politik yang mengikuti pemilu sebagai wujud dari wakil rakyat. Pemilihan umum legislatif dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang – Undang Dasar. Semua rakyat daerah memiliki hak yang sama untuk memilih one man one vote sehingga secara umum komunikasi politik calon legislatif pun harus sampai kepada seluruh masyarakat.

Pemilihan calon legislatif Kalimantan Timur Tahun 2014 merupakan momentum strategis dalam menentukan pemimpin/wakil-wakil rakyat Kalimantan Timur kedepan yang diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat melalui pembangunan di segala bidang. Pemilihan calon legislatif Kalimantan Timur Tahun 2014 merupakan barometer penentu maju mundurnya pembangunan maupun masa depan Provinsi Kalimantan Timur dan maju mundurnya tingkat kesejahteraan maupun perekonomian rakyat. Fungsi partai politik pada pemilihan legislatif yaitu sebagai kendaraan atau mesin politik bagi para kandidat untuk menarik masa yang sebanyak – banyaknya.

Pada masa pemilu Calon Legislatif 2009 yang lalu, berhasilnya Partai Keadilan Sejahtera berhasil meraih 6 kursi di DPRD Tingkat Provinsi Kalimantan Timur dan 5 kursi di DPRD Tingkat Kota Samarinda serta berhasil meletakkan kader Partai Keadilan Sejahtera yaitu Hadi Mulyadi sebagai Wakil Ketua DPRD Pemprov Kalimantan Timur. Akan tetapi masyarakat dikejutkan dengan adanya isu kasus korupsi impor daging sapi yang melibatkan mantan Presiden Partai Keadilan Sejahtera Ahmad Fathanah dan Luthfi Hasan Ishaq.

Berdasarkan prolematika di atas lantas bagaimana dengan citra Partai Keadilan Sejahtera di mata masyarakat yang sudah dibangun selama ini. Karena terpaan isu-isu yang dibangun media dapat mempengaruhi citra Partai Keadilan Sejahtera baik di pusat maupun di daerah juga akan terkena dampaknya.

Berdasarkan Hasil pra-wawancara pertama yang dilakukan peneliti tanggal 20 agustus 2014, Bapak Karjono selaku kader Partai Keadilan Sejahtera pada

masa Pemilu Calon Legislatif 2014, Partai Keadilan Sejahtera hanya berhasil meraih 4 kursi di DPRD Tingkat Provinsi Kalimantan Timur dan hanya memperoleh 3 kursi di tingkat DPRD Kota Samarinda.

Menurut penelitian, hasil pada pemilu legislatif 2014 kemarin beberapa Dapil pada tingkat DPRD kota Samarinda, Partai Keadilan Sejahtera tidak memperoleh kursi, salah satunya wilayah Dapil 1 (Kecamatan Palaran), dengan hasil jumlah perolehan, 4.534 suara dari 83.790 suara yang sah (sumber Komisi Pemilihan Umum Kecamatan Samarinda Seberang, Palaran, Loa Jalan)..

Pada tahun 2014 kasus korupsi di kubu Partai Keadilan Sejahtera membuat citra negatif di masyarakat. Hasil perolehan kursi Partai Keadilan Sejahtera mengalami penurunan di tingkat DPRD Provinsi dan di tingkat DPRD Kota. Lantas bagaimanakah Pencitraan positif calon legislatif Partai Keadilan Sejahtera agar menarik perhatian dan mendapat dukungan masyarakat. Berdasarkan fenomena diatas maka, peneliti ingin meneliti mengenai “Kampanye Politik Caleg Partai Keadilan Sejahtera Pada Pemilu Legislatif Tahun 2014.”

Rumusan Masalah

Setiap Partai Politik Menjelang pemilihan umum baik pemilihan umum Presiden, pemilihan Gubernur, Maupun Pemilu legislatif Partai maupun Calon legiflatif pasti akan melakukan kegiatan Kampenye Politik sebelum hari dilaksanakannya pemilu. Dengan mencermati hal tersebut maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimanakah Kampanye Politik Calon legislatif Partai Keadilan Sejahtera Pada Pemilu Legislatif Tahun 2014”

Tujuan Penelitian

Setiap penulisan dan penelitian pasti memiliki tujuan yang ingin dicapai, tujuan dimaksudkan untuk memberi arah yang jelas terhadap permasalahan. Adapun tujuan penelitian ini adalah :
Untuk mendeskripsikan dan menjelaskan tentang bagaimanakah penemuan penetapan masalah, penetapan tujuan dan penetapan strategi komunikasi politik calon legislatif partai keadilan sejahtera pada pemilu calon legislatif tahun 2014.

Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan akan berguna bagi peneliti sendiri maupun bagi orang lain. Manfaat penelitian yang penulis harapkan dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk mendapatkan suatu tujuan tertentu dimana tujuan tersebut berguna sesuai dengan rencana yang diharapkan dan dapat memberikan kegunaan bagi yang berkepentingan. Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut.

Praktis

Memberikan kontribusi bagi partai politik bersangkutan sebagai evaluasi agar menjadi refrensi untuk pemilu selanjutnya dalam menentukan program kampanye pada priode selanjutnya.

Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang politik pada umumnya dan ilmu komunikasi pada khususnya.

Kerangka Dasar Teori

Teori Empati dan Teori Homofili oleh Berlo (1960) dan Daniel Lerner (1978), everet M.Rogers dan F Shoemaker (1971)

Komunikasi Politik akan sukses bila sukses memproyeksi diri ke dalam sudut pandang orang lain. Ini erat kaitannya dengan citra diri sang komunikator politik untuk menyesuaikan suasana pikirannya dengan alam pikir khalayak

Komunikasi di dasarkan oleh kesamaan(Homofili) akan lebih efektif dan lancar ketimbang oleh ketidaksetaraan (derajat,usia,ras,agama,ideologi, Visi dan misi , simbol politik, doktrin politik dan sebagainya).

Pada permasalahan yang peneliti teliti sangat berkaitan dengan teori ini. Karena dengan citra diri yang di perjelas dalam teori ini mendukung strategi kampanye politik Partai Keadilan Sejahtera dalam pemilihan Calon Legislatif Kalimantan Timur tahun 2014 guna untuk membangun citra positif agar masyarakat mendukung.

Komunikasi

(Fajar, 2009:27) komunikasi adalah suatu proses melalui seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya (khalayak). Berelson dan Steiner. Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar, angka-angka, dan lain-lain.

Komunikasi Politik

(Cangara, 2009:35) mengatakan komunikasi politik ialah kegiatan komunikasi yang bersifat politik, mempunyai akibat politik, atau berpengaruh terhadap perilaku politik. Dengan demikian, pengertian komunikasi politik dapat dirumuskan sebagai suatu proses pengoperan lambang - lambang atau simbol - simbol komunikasi yang berisi pesan - pesan politik dari seseorang atau kelompok kepada orang lain dengan tujuan untuk membuka wawasan atau cara berfikir serta mempengaruhi sikap dan tingkah laku khalayak yang menjadi target politik.

Kampanye Politik

Kampanye Politik menurut Kotler dan Roberto ialah sebuah upaya yg dikelola oleh suatu kelompok (agen perubahan) yang ditunjukkan untuk memersuasi target sasaran agar bisa menerima, memodifikasi atau membuang ide, sikap dan perilaku tertentu. Kampanye politik adalah sebuah peristiwa

yang di dramatisasi. Oleh karena itu Richard A. Joslyn dalam Swanson dalam (Cangara 2009:284) melukiskan kampanye politik tidak ada bedanya dengan sebuah adegan drama yang dipentaskan oleh para aktor politik

Partai Politik

Menurut Miriam Budiarjo (2004:403) partai politik adalah suatu kelompok yang terorganisir yang anggota-anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai dan cita-cita yang sama dengan tujuan memperoleh kekuasaan politik dan merebut kedudukan politik (biasanya) dengan cara konstitusional guna melaksanakan kebijakan-kebijakan umum.

Pengertian partai politik menurut undang-undang No. 31 Tahun 2002 Republik Indonesia dinyatakan bahwa "Partai Politik" adalah organisasi politik yang dibentuk oleh sekelompok warga negara Republik Indonesia secara sukarela atas dasar kesamaan kehendak dan cita-cita untuk memperjuangkan kepentingan anggota, masyarakat, bangsa, dan negara melalui pemilihan umum.

Definisi Konsepsional

Berdasarkan beberapa konsep diatas maka definisi konsepsional dari penelitian ini adalah sebagai berikut : **Kampanye Politik Calon Legislatif Partai Keadilan Sejahtera Pada Pemilu Calon Legislatif Tahun 2014** adalah bagaimana penemuan penetapan masalah, penetapan tujuan, dan penetapan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Calon Legislatif Partai Keadilan Sejahtera untuk memperoleh dukungan dan suara masyarakat dengan Kampanye Politik guna untuk memperoleh simpati dari masyarakat dalam Pemilihan Calon Legislatif Kalimantan Timur Tahun 2014.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan metode studi kasus.

Sumber Data dan Jenis data

Pada penelitian studi kasus ini jenis data yang akan didapatkan peneliti berupa data primer dan data sekunder. Data primer merupakan Data primer merupakan sumber-sumber dasar yang merupakan bukti atau saksi utama. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini di dapatkan melalui kata dan tindakan yang di peroleh peneliti dengan cara melakukan pengamatan dan wawancara. Sedangkan data sekunder merupakan data yang digunakan oleh peneliti untuk mendukung pembahasan-pembahasan yang ada dalam penelitian ini. Dalam hal ini, data sekunder meliputi buku-buku kepustakaan, arsip serta dokumen-dokumen lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

Pada penelitian ini yang menjadi key informan adalah Calon kandidat

Partai Keadilan Sejahtera Dapil 1 Samarinda Bapak Teguh Widodo. Sedangkan informan sebagai data pendukung dan pembanding penelitian adalah salah satu anggota tim pemenangan PKS DPC Palaran Bapak Heriyanto.

Sedangkan data tambahannya didapat dari dokumentasi berupa dokumentasi foto-foto hasil wawancara, maupun dokumen/arsip dari Partai Keadilan Sejahtera.

Teknik Pengumpulan Data

1. Penelitian kepustakaan (Library research)
2. Penelitian lapangan (Field Research)
 - a. Observasi
 - b. Wawancara
 - c. Dokumentasi

Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini peneliti menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman :

1. Penyederhanaan data
2. Penyajian data
3. Penarikan kesimpulan atau verifikasi

Tiga jenis kegiatan analisis itu sendiri merupakan proses siklus dan interaktif, dimana peneliti harus siap bergerak diantara tiga hal tersebut selamabergerak bolak-balik kegiatan reduksi (penyederhanaan) data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi selama sisa waktu penelitian.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dapat disimpulkan penetapan masalah oleh partai adalah bagaimana cara agar mendapat kepercayaan secara penuh dari masyarakat sehati dengan pemikiran partai serta menumbuhkan rasa senasib sepenanggungan agar tidak terpengaruh memilih karena pemberian uang semata. melainkan memilih karena percaya sepenanggungan, percaya bahwa kandidat yang terpilih akan memperjuangkan aspirasi masyarakat sekitar.

Dalam konteks politik tujuan kampanye yang diinginkan, yakni keluar sebagai pemenang dalam pemilu dan mendapat kursi seperti yang dikatakan key infoman diatas. Kemudian yang menjadi target dan perubahan yang diinginkan adalah bagaimana bisa mengedukasi masyarakat bahwasanya konsekuensi jangka panjang apa yang masyarakat dapatkan setelah pemilu yakni membangun daerahnya, bukan hanya terpengaruh iming-iming belaka apalagi terpengaruh dengan sogokan, karena nantinya dalam beberapa tahun kedepan akan berpengaruh kepada terwujud atau tidaknya harapan masyarakat

Lebih spesifik dijelaskan oleh Pak Heriyanto selaku salah satu tim pemenangan PKS cabang palaran tidak memiliki juru kampanye secara khusus namun hanya menggunakan team-team pemenangan dalam menyampaikan pesan

kampanye. Namun di sebutkan diatas team – team pemenangan PKS memiliki kemampuan rata-rata bisa berkomunikasi, beliau juga menyebutkan rata-rata team-team PKS terkenal dengan bahasa yang santun.

Walaupun dalam penyampaian pesan kampanye team-team PKS memiliki 1 dari tiga faktor yang harus dipenuhi untuk menjadi juru kampanye yaitu “daya tarik” (attractiveness) tanpa juru kampanye yang terampil dan tidak memiliki ketiga faktor khusus yang dikemukakan Cangara diatas tingkat kepercayaan orang lain terhadap dirinya (kredibilitas), daya tarik (attractive), kekuatan (power) penyampaian pesan kampanye tidak akan tersampaikan secara maksimal

Diungkapkan oleh Pak Teguh untuk segmentasi pribadi beliau fokusnya mengarah kepada pemuda karena memiliki kedekatan usia sehingga lebih mudah untuk masuk pada kalangan tersebut.

Dalam penetapan targetnya secara demografi, sebagian besar masyarakat palaran banyak pemuda-pemuda, pemberdayaan pemuda-pemuda masih sangat kurang. Artinya tidak tersalurkan secara baik. jika di kemas dengan baik contohnya dengan memiliki komunitas-komunitas olahraga seperti komunitas futsal dan komunitas voli sangat akan mengurangi dampak-dampak negatif pemuda yang sebenarnya cenderung sifatnya negatif yang justru merusak lingkungannya, maka mereka mencoba dekati ke arah sana dan kemudian kalo mereka sudah positif kegiatannya mudah kita ajak untuk membangun daerahnya.

PKS dengan memeperhatikan kondisi secara demografi yang kebanyakan pemuda-pemuda pemilih pemula sehingga pendekatan pada pemuda-pemuda pemula yang gemar olahraga dilakukan dengan cara mengadakan tournament-tournament olahraga futsal dan voli kerena di anggap lebih mudah karena faktor kedekatan usia dan kandidat juga seorang yang hobi berolahraga. Kemudian pendekatan pada pemuda-pemuda yang agamis di lakukan dengan mengadakan majelis taklim. Kemudian kalo dengan masyarakat secara umum sifatnya lebih kepada pertemuan-pertemuan.

Secara infrastruktur dan ekonomi tim memperhatikan kepada pembangunan infrastruktur yang lebih layak terutama jalan utama sentral ekonomi yang kondisi jalannya benar-benar hancur parah di daerah handil bakti dan bukuan yang sebagian besar warga palaran banyak yang berkerja sebagai karyawan di daerah tersebut. Dengan demikian diharapkan warga palaran yang sebagian besar bekerja di sana dapat mendukung partai serta calon kandidat PKS demi pembangunan infrastruktur yang lebih baik.

Kemudian dalam pendidikan partai menargetkan kepada kebutuhan pendidikan agama seperti majelis taklim dan pendidikan membaca al-qur’an seperti mengaji. Dalam hal pembangunan ekonomi mereka menekan kan kepada pemberdayaan SDM dan UKM yang bisa di fasilitasi oleh pemkot jika terpilih di beri amanat oleh masyarakat setempat

Hasil penelitian bahwa hampir hanya sekitar 10% tokoh atau *public figure*, yang secara basic tokoh tersebut merupakan tokoh majelis taklim dan juga perhimpunan pemuda yang jika sebenarnya jika solid sudah lumayan

untuk meraup suara, karena mereka memiliki puluhan binaan pemuda majelis taklim dan olahraga. Namun seperti di jelaskan di awal masyarakat memiliki kebebasan untuk memilih yang terbaik menurut pemikiran dan pengalamannya. Di depan bisa saja mengatakan ia akan memilih calon yang diperkenalkan kerana tidak mau mengecewakan seseorang tetapi ketika masuk kedalam bilik suara, ia akan memilih menurut hati nuraninya, apalagi angka 10% tokoh masyarakat yang kurang bagi peneliti untung mengumpulkan sebagian besar suara masyarakat.

PKS dalam penyusunan pesannya kandidat menggunakan penyusunan pesan yang yang dikenal penuh dengan dorongan (*motivational appeal*) pesan tersebut tidak disusun karena penuh janji-janji melainkan menumbuhkan pengaruh internal psikologis yaitu menyebutkan bahwa tidak pernah menjanjikan karena tugas anggota dewan yang terpilih adalah sebagai wakil rakyat dalam menyampaikan aspirasi masyarakat tetapi, kebijakan pembangunan dan sebagainya adalah bagaimana itu nanti di turunkan oleh pemerintah tetapi jika terpilih berarti mereka diberikan hak dan amanah oleh masyarakat mereka akan berusaha memperjuangkan aspirasi masyarakat tersebut. hasil wawancara dan paparan penjelasan Pak Heriyanto selaku tim pemenang PKS tersebut dapat disimpulkan bahwa teknik penyusunan pesan mengarah kepada teknik penyusunan pesan two side issue teknik penyampaian pesan di mana juru kampanye selain mengemukakan yang baik-baik, juga menyampaikan hal-hal yang kurang baik, memberi kesempatan kepada khalayak untuk berpikir apakah ada keuntungan jika mereka melaksanakan informasi yang diterimanya.

Karena pada dasar nya teknik ini lebih cocok untuk orang yang berpendidikan dan memiliki sikap kritis yang tinggi sesuai dengan sasaran politik di tujukan kepada kalangan pemula dan mahasiswa yang cenderung kritis. Pesan disampaikan yaitu lebih kepada pendidikan politik yaitu memilih orang yang berkredibile bukan hanya karena uang, karena jika hanya memilih karena iming-iming semata uang yang hanya seratus sampai dua ratus ribu sangat di sayangkan apabila digadaikan untuk 5 tahun kedepan. Dengan pendidikan politik seperti itu diharapkan membukan pikiran masyarakat agar memikirkan konsekuensi jangka panjang dalam menentukan pilihannya dalam pemberian pada bilik suara nantinya.

Dari paparan Cangara di atas jika dikaitkan dengan penjelasan calon kandidat dan penjelasan tim pemenang partai isi kampanye pertama lebih menekankan kepada pembangunan daerah pinggiran kota yang menekankan kepada pemerataan pembangunan paling tidak sama dengan kota. Dalam hal ini mengangkat permasalahan pembangunan infrastruktur jalan yang cukup parah yaitu dengan upaya memperjuangkan perbaikan jalan-jalan yang menjadi jalur perekonomian masyarakat setempat.

Kedua adalah mengangkat tema pemberdayaan pemuda. Karena dengan pemberdayaan pemuda dengan baik maka akan berpengaruh positif terhadap pembangunan daerah. Pada tema ini pesan politik kandidat dan tim pemenang partai mengarah kepada pemuda-pemuda yang gemar berolahraga dengan mengadakan turnamen-turnamen olahraga bahkan sebelum masa kampanye pemilu dan akan berlanjut jika nantinya terpilih. Kemudian dalam pemberdayaan pemuda juga mengarah kepada pendidikan agama yaitu majelis taklim dan pengajian. Dari kegiatan-kegiatan pemuda tersebut di harapkan pemuda-pemuda terhindar dari kegiatan-kegiatan negatif yang merusak generasi muda bangsa khususnya generasi muda palaran.

Dalam pemilihan media, kandidat dan tim kampanye memilih untuk menggunakan :

- a. Media luar ruang (out door) media seperti baliho untuk memperkenalkan wajah calon kandidat
- b. Media format kecil selebaran, brosur dan famplet dalam media ini pesan yang disampaikan seputra visi dan misi kandidat atau partai,
- c. Saluran komunikasi publik seperti turnamen olahraga futsal dan voli penyampain pesan dilakukan dengan memanfaatkan waktu di sela-sela kegiatan olahraga tersebut karena pada kegiartan olah raga biasanya dihadiri oleh pemuda sesuai denga target sasaran kandidat dan tim pemenang partai
- d. Saluran komunikasi antar pribadi yaitu melakukan salah satunya direct selling yang dilakukan secara langsung ke masyarakat door to door dengan ajakan – ajakan salah satunya agar memilih orang yang berkredibile bukan hanya karena uang, jadi lebih cenderung ke pendidikan politik ke masyarakat
- e. Terakhir dalam pemilihan media komunikasi kandidat dan tim kampanye memanfaatkan penggunaan SMS dan internet seperti ssitus jejaring sosial seperti facebook dan twitter, yang berisikan ajakan jangan sampai lupa memilih pada saat pemuli serta memilih no. sekian serta penyampaian pesan pendidikan politik dan juga mengadakan kuis hadiah pada twitter dan facebook.

Faktor pendukung

- a. Adanya kedekatan psikologi yaitu usia calon legislatif Partai Keadilan Sejahtera yang masih muda sehingga lebih mendekati kalangan pemilih yang masih muda dan pemilih pemula sesuai dengan sasaran utama Partai Keadilan Sejahtera yaitu pemilih yang masih pemula dan muda karena pemilih muda yang masih mahasiswa pemikirannya masih idealis yang tidak mudah di iming-imingi dengan uang.
- b. Calon Kandidit juga masih merupakan orang asli daerah sehingga memiliki keuntungan sendiri yaitu kedekatan dengan masyarakat karena

orang asli yang sudah dikenal lebih mudah mempengaruhi pola pikir masyarakat untuk mendukung calon dari daerah asal mereka sendiri.

Faktor Penghambat

- a. Adanya pengaruh terpaan isu-isu negatif yang di bangun media mengenai kasus impor daging sapi yang dilakukan mantan presiden Partai Keadilan Sejahtera yang lalu membuat secara citra Partai Keadilan Sejahtera terkena.
- b. Kerena sebagai calon-calon muda pendekatan dengan tokoh – tokoh masyarakat belum begitu kuat, silaturahmi belum kuat artinya tokoh tokoh yang mendukung masih belum banyak sehingga daya dukung masih kurang maksimal.
- c. Money politic yang merupakan hal yang tidak dapat dipungkiri yang menjadi hambatan partai politik.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Masalah yang harus dipecahkan adalah bagaimana mereka membuat masyarakat benar benar sehati senasib sepenanggungan karena kendala lain adalah money politik dari kandidat lain melainkan memilih karena percaya senasib sepenanggungan, menumbuhkan rasa percaya bahwa kandidat yang terpilih akan memperjuangkan aspirasi masyarakat sekitar.
2. Penetapan Tujuan Partai PKS Cabang Palaran adalah keluar sebagai pemenang dalam pemilu dan mendapat kursi Kemudian yang menjadi target dan perubahan yang diinginkan adalah bagaimana bisa mengedukasi masyarakat bahwasanya konsekuensi jangka panjang apa yang masyarakat dapatkan setelah pemilu yakni membangun daerahnya, bukan hanya terpengaruh iming-iming belaka apalagi terpengaruh dengan sogokan, karena nantinya dalam beberapa tahun kedepan akan berpengaruh kepada terwujud atau tidaknya harapan masyarakat.
3. Penetapan strategi yang pertama juru kampanye komunikator. Pada kampanye pemilu calon legislatif kemarin dalam pelaksanaannya team sukseksi PKS dalam penjelasannya tidak menggunakan juru kampanye khusus melainkan calon atau kandidatnya menyampaikan secara langsung (door to door) dari rumah ke rumah atau melalui pertemuan tertutup.
4. Strategi kampanye politik yang kedua yaitu menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan. Dalam penetapan target sasaran sendiri, tim kampanye PKS cabang palaran memfokuskan kepada kalangan pemilih pemula, pemuda-pemuda mahasiswa. Karena kedekatan usia oleh kandidat yang memiliki kesamaan hobi berolahraga dan pemuda-pemuda agamis majelis taklim sesuai dengan aliran partai

5. Dalam menyusun pesan-pesan kampanyenya kandidat dan tim pemenangan PKS, menggunakan penyampaian persuasive terdapat pada slogan mereka yang berbunyi “Orang Palaran ya harus memilih orang Palaran”. Kata-kata pesan tersebut memiliki arti bahwa orang palaran hendaknya memilih orang palaran juga tentunya. Kenapa memilih orang palaran karena dengan memilih orang palaran atau orang asli daerah tersebut lah dia pasti akan memperjuangkan daerah tempatnya berasal. Jika yang terpilih bukan orang palaran bagaimana nantinya akan bisa memperjuangkan.
6. Strategi kampanye politik yang keempat yaitu menentukan tema dan isi kampanye. Dalam kampanye politik kandidat serta tim kampanye PKS mengangkat tema “Pembangunan daerah pinggiran kota” dan “pemberdayaan pemuda”. Artinya pembangunan daerah pinggiran kota yaitu palaran paling tidak sama dengan pembangunan di kota, serta pemberdayaan pemuda agar kalanga-kalangan pemuda terhindar dari perbuatan dan kegiatan-kegiatan negatif seperti narkoba dan pergaulan bebas dengan cara memfasilitasi berbagai sarana olahraga dan kegiatan pendidikan seperti pengajian dan majelis taklim.
7. Strategi kampanye politik yang terakhir yaitu pemilihan media. Dalam pemilihan media, kandidat dan tim kampanye memilih untuk menggunakan:
 - a. Media format kecil selebaran, brosur dan famplet dalam media ini pesan yang disampaikan seputra visi dan misi kandidat atau partai,
 - b. Media luar ruang (out door) media seperti baliho untuk memperkenalkan wajah calon kandidat.
 - c. Saluran komunikasi publik seperti turnamen olahraga futsal dan voli penyampain pesan dilakukan dengan memanfaatkan waktu di sela-sela kegiatan olahraga tersebut karena pada kegiartan olah raga biasanya dihadiri oleh pemuda sesuai denga target sasaran kandidat dan tim pemenangan partai
 - d. Saluran komunikasi antar pribadi yaitu melakukan salah satunya direct selling yang dilakukan secara langsung ke masyarakat door to door dengan ajakan – ajakan salah satunya agar memilih orang yang berkredibile bukan hanya karena uang, jadi lebih cenderung ke pendidikan politik ke masyarakat
 - e. Terakhir dalam pemilihan media komunikasi kandidat dan tim kampanye memanfaatkan penggunaan SMS dan internet seperti ssitus jejaring sosial seperti facebook dan twitter, yang berisikan ajakan jangan sampai lupa memilih pada saat pemuli serta memilih no. sekian serta penyampaian pesan pendidikan politik dan juga mengadakan kuis berhadiah pada twitter dan facebook.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka saran yang dapat penulis ungkapkan adalah sebagai berikut:

1. Hendaknya dalam penetapan strategi dulu menekankan pada tahap sebelumnya yaitu penetapan masalah, meliputi mengapa partai lain dapat memperoleh kemenangan, mengidentifikasi peta kekuatan atau kelebihan lawan dalam hal lain sehingga dapat menentukan strategi yang lebih tepat dari partai atau kandidat lain.
2. Seharusnya dalam penyampaian pesan kampanye menggunakan juru kampanye khusus karena dalam pemasaran politik penetapan juru kampanye menjadi hal yang paling krusial dalam penyampaian pesan-pesan kampanye. Karena dengan juru kampanye yang terampil pesan akan tersampaikan dengan baik serta perubahan perilaku dan pendapat yang diinginkan.
3. Diharapkan bisa mengajak atau memperbanyak pendekatan dengan opinion leader setempat seperti pemuka pendapat dan tokoh masyarakat yang menjadi panutan masyarakat setempat. karena dengan demikian jika tokoh – tokoh masyarakat mendukung dan memberikan suara kepada kandidat partai sebagian besar pengikutnya juga pasti sependapat dengan pemuka pendapat dan tokoh masyarakat tersebut. Semakin banyak tokoh masyarakat yang mendukung maka daya dukung akan maksimal semakin banyak juga perolehan suara yang di dapat.
4. Diharapkan penelitian ini bisa menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dalam meneliti tentang pemilihan calon legislatif di tahun-tahun berikutnya.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi, 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Arifin, Anwar, 2004. *Public Relation*, Universitas Veteran RI, Makasar.
- Arifin, Anwar, 2010. *Opini Publik*, Gramata Publishing, Depok.
- Arifin, Anwar, 2011. *Komunikasi Politik Filsafat, Paradigma, Teori, Tujuan, Strategi, dan Komunikasi Politik Indonesia*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Arriannie, Lely, 2010. *Komunikasi politik : Politisi dan Pencitraan di Panggung Politik*, Widya Padjadjaran, Bandung.
- Budiarjo, Mariam, 2004. *Partisipasi dan Partai Politik*, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta.
- Cangara, Hafied, 2009. *Komunikasi Politik : Strategi, Teori dan Praktek*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Cangara, Hafied, 2011. *Komunikasi Politik : Strategi, Teori dan Praktek*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Fajar, Marhaeni, 2009. *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktik*, Graha ilmu, Jakarta
- Firmanzah, 2008. *Marketing politik: Antara pemahaman dan Realitas*, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta.
- Hartono, 2006. *Public Relation : Teori dan Praktik*, Balai Buku Ikhtiar, Jakarta.
- Harun, Rochajat, dan Sumarno A.P.2006. *Komunikasi Politik*, Mandar Maju, Bandung.

- Hikmat, Mahi, 2010. *Komunikasi Politik (Dalam Pilkada Langsung)*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Muhtadi, Asep Saeful, 2008. *Komunikasi Politi Indonesia*, P.T. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Nimmo, Dan, 2005. *Komunikasi Politik Komunikator, Pesan, dan Media*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Nimmo, Dan. 2010. *Komunikasi Politik (Khalayak dan Efek)*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Subagyo, Joko. 2006. *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif, Dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Thoha, Miftaf, 2007. *Birokrasi dan Politik Indonesia*, P.T. Raja Grafindo Persada, Jakarta.