

Strategi Komunikasi Politik Anggota Legislatif Terpilih Partai Kebangkitan Bangsa Pada Pemilu 2019 di Salatiga

Awaludin Pimay

Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Jln. Prof. Dr. Hamka Kapus III Ngaliyan Semarang Jawa Tengah Indonesia

awaludinpimay@walisongo.ac.id

Abstract

Political communication strategy is the spearhead of the success of an individual or organizational goal. Likewise, what happened in the elections in Salatiga, especially the PKB faction. The PKB faction prepares its strategy, even the legislative candidates themselves have different strategies but with the same goal, namely winning seats at the DPRD government level. In addition, the implementation of the political communication strategy itself must also be considered so that there is no overlap between the strategy and its implementation. The research aims to explore the success of the political communication strategy carried out by four legislative members from the PKB faction and to gain insight into political communication, especially political communication strategies. In this study, researchers used a qualitative method by taking a sample of the PKB faction with information on the four legislative members who won the 2019 election in Salatiga City. The information obtained comes from interviews with four sources, including PKB legislative members, PKB staff, evidence of activities, and supporting documents. The results of the study stated that the political communication strategy carried out by the four legislative members was following the planning model of Philip Lesly. Strategies are carried out neatly and with careful planning. Political communication strategies are used in several stages, including acceptance of strategies from parties, analyzing the community, formulating policies, planning activity programs, conducting communication activities with the community, seeing community responses, and evaluating the results of their strategies. Then the systematics of the application of the political communication strategy concerning the obstacle and support factors experienced by members of the legislature during the campaign.

Keywords: *Political Communication, Winning Strategy, Communication Planning Model*

Abstrak

Strategi komunikasi politik merupakan ujung tombak berhasilnya suatu tujuan baik itu individu atau organisasi. Begitu pula yang terjadi dalam pemilu di Salatiga khususnya Fraksi PKB. Fraksi PKB mempersiapkan strateginya, bahkan calon anggota legislatif sendiri memiliki strategi yang berbeda-beda namun dengan tujuan sama yaitu kemenangan dalam meraih kursi di tingkat pemerintahan DPRD. Selain itu, implementasi dalam strategi komunikasi politik sendiri juga harus diperhatikan agar tidak terjadi tumpang tindih antara strategi dengan penerapannya. Penelitian bertujuan untuk menggali keberhasilan strategi komunikasi politik yang dilakukan empat anggota legislatif dari Fraksi PKB serta menambah wawasan mengenai komunikasi politik khususnya strategi komunikasi politik. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan mengambil sampel Fraksi PKB dengan informasi empat anggota legislatif yang meraih kemenangan pada pemilu 2019 di Kota Salatiga. Informasi yang didapatkan berasal dari wawancara terhadap empat narasumber antara lain anggota legislatif PKB, staf PKB, bukti kegiatan, serta dokumen pendukung. Hasil penelitian menyatakan bahwa strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh empat anggota legislatif sesuai dengan model perencanaan milik Philip Lesly. Strategi yang dilakukan tertata rapi dan dalam perencanaan yang matang. Strategi komunikasi politik yang digunakan melalui beberapa tahapan antara lain, penerimaan strategi dari partai, menganalisis masyarakat, merumuskan kebijakan, merencanakan program kegiatan, kegiatan komunikasi yang

dilakukan kepada masyarakat, melihat respon masyarakat, serta mengevaluasi hasil strategi mereka. Kemudian sistematika penerapan dari strategi komunikasi politik yang menyangkut mengenai faktor hambatan dan faktor dukungan yang dialami oleh para anggota legislatif selama kampanye.

Kata Kunci: Komunikasi Politik, Strategi Pemenangan, Model Perencanaan Komunikasi

PENDAHULUAN

Komunikasi politik merupakan interaksi bersifat politisasi yang sering digunakan pelaku politik dalam menarik perhatian penerima pesan politik (Subiakto & Rachmah Ida, 2012, hlm. 2). Umumnya, komunikasi politik digunakan saat masa Pemilihan Umum (Pemilu). Politikus memasang strategi masing-masing dalam mendapatkan hati rakyat (Cangara, 2016, hlm. 29). Mereka mulai membangun komunikasi dengan masyarakat sejak masa kampanye dibuka oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) (Wahid, 2016, hlm. 3–4). Mulai dari bersosialisasi hingga memberikan bantuan untuk masyarakat sekitar wilayah daerah pilihannya. Hal ini bertujuan untuk menambah suara pada pemilu nanti.

Salah satu berlangsungnya komunikasi politik ada di Salatiga pada tahun 2019. Strategi komunikasi politik dari pemilu 2019 di Salatiga merupakan salah satu bukti keberhasilan pesta demokrasi. Pernyataan tersebut didukung dari data KPU. Bukti dari suksesnya pemilu ditandai dengan naiknya persentase pelaksanaan pemilu di empat pemilu sebelumnya. Tahun 1999 pemilu mendapat angka persentase sebesar 99 persen. Namun pemilu berikutnya mengalami penurunan dari 99 persen menjadi 84 persen di tahun 2004, yang disusul penurunan lagi pada tahun 2009 menjadi 71 persen. Pada tahun 2014 angka persentase mengalami kenaikan menjadi 73 persen dan mulai naik lagi menjadi 82 persen di tahun 2019. Meskipun tidak setinggi pada pemilu 1999, setidaknya pemilu mengalami kenaikan yang cukup tinggi dibandingkan pada pemilu sebelumnya. Hasil pemilu tahun 2019 dari Komunikasi Pemilihan Umum (KPU) menjelaskan bahwa ada 25 kursi dalam tatanan pemerintahan di Salatiga sebagai Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD). Persentase pemilihan untuk DPRD Kota Salatiga sendiri sebesar 87.40 persen dengan Daftar Pemilih Tetap (DPT) 135.149 pemilih serta diikuti 20 Partai Politik (*Mengupas Kota Salatiga Partisipasi Pemilu Tertinggi di Jawa Tengah*, t.t.).

Salatiga memiliki empat kecamatan, sehingga hal ini digunakan sebagai daerah pemilihan saat pemilu. Daerah pemilihan 1 terdapat di Kecamatan Sidomukti. Daerah pemilihan 2 berada di daerah Kecamatan Sidorejo Lor. Sedangkan untuk Daerah Pemilihan 3 berada di Kecamatan Tingkir. Untuk daerah pemilihan terakhir atau wilayah Daerah Pemilihan 4 di daerah Kecamatan Argomulyo. Dari keempat daerah pemilihan tersebut, masing-masing parpol memiliki calon yang berada di tiap kecamatan.

Peneliti sengaja memilih PKB dengan alasan bahwa calon legislatif dari PKB mampu memenangkan 4 caleg pada pemilihan umum 2019, dimana dalam ke-empat calon tersebut terdapat tiga orang yang baru dan menang pada pemilihan kali ini. Selain itu, sisi menarik lain adalah PKB merupakan partai politik yang berbasis Islam. Meskipun secara historis bahwa PKB adalah partai Nasionalis (Data AD ART PKB), namun setiap kegiatan baik secara publik maupun tertutup tidak luput dari keagamaan. Pernyataan tersebut dijelaskan dalam AD ART PKB yang menyatakan bahwa jati diri PKB adalah nasionalis, agamis dan

humanis. Salah satu contoh adalah mengadakan pengajian dengan mengundang masyarakat sekitar diselingi kampanye agar calon legislatif mendapatkan doa restu serta mendapat dukungan dari masyarakat sekitar. Kegiatan semacam ini sering dijumpai dalam masa-masa kampanye. Dari contoh ini, politik dengan Islam tidak dapat dipisahkan. Selain dari contoh tersebut, mengapa agama dan politik harus berjalan beriringan? Sebab, Islam merupakan pedoman dari pembuatan berbagai peraturan yang ada di Indonesia (Efriza & Indrawan, 2018, hlm. 11). Hukum di Indonesia baik perdata maupun pidana merupakan rancangan pemerintah yang mengambil dari Islam sendiri.

Tanggapan masyarakat ketika mengetahui bahwa suatu partai yang beranggotakan orang Islam, kegiatan yang dilakukan merupakan kegiatan agamis condong ke Islam, dan merupakan anggota organisasi Islam, maka secara tidak disadari masyarakat akan menyebut partai tersebut adalah partai yang berbasis Islam (Supena & Dkk, t.t., hlm. 67). Meskipun faktanya PKB adalah partai nasionalis, namun itu tidak dapat mengubah pandangan masyarakat jika PKB adalah partai Islam. Umumnya, masyarakat awam politik tidak akan mencari tahu apa itu partai nasionalis dan apa itu partai Islam (Djuyandi, 2017, hlm. 15). Mereka hanya tahu bahwa PKB adalah partai Islam yang ada di Indonesia dilihat dari segi kegiatan yang berlangsung dan yang sudah terjadi. Pendapat ini diperkuat dengan para anggota partai bahwa PKB merupakan anak dari Organisasi Islam Nahdlatul Ulama. Jadi, meskipun tertera bahwa PKB partai nasionalis, mereka tidak memungkiri basis mereka Islam (Muchlasin, komunikasi pribadi, t.t.).

Bukti dari PKB anak dari organisasi NU adalah terucapnya ikrar seluruh kader PKB dalam memperjuangkan kepentingan NU dan umat. Isi dari ikrar tersebut antara lain mencakup 4 butir sumpah, diantaranya dengan patuh terhadap fatwa kiai dan ulama NU (KH. Marzuki Mustamar PKB Anak NU yang Paling Saleh, t.t.). Meski demikian, tidak menyangkal bahwa PKB yang dikenal dengan partai berbasis Islam pernah memiliki anggota non muslim sebagai ketua PKB cabang Sulawesi Utara dan Nusa Tenggara Timur pada 2008 silam atas arahan dari Gusdur. Kemudian pada 2014, wakil ketua umum juga dijabat oleh Rushdi Kirana yang seorang non muslim (*20 Tahun PKB Dilema Ideologi Moderat Pengakuan Kepada Minoritas cPFF*, t.t.).

Alasan memilih partai berbasis Islam bukan karena faktor penganut Islam di Salatiga paling tinggi. Jika menengok hal tersebut, sebenarnya Salatiga adalah kota Toleran (*Kota Salatiga Kembali Raih Predikat Kota Toleran Nomor 2 Nasional*, t.t.) dengan berbagai suku, ras, etnis, agama, serta budaya di dalam kota tersebut. Meskipun penganut Islam mencapai 136.870 orang, tidak dipungkiri Salatiga juga mencatat ada 30.193 orang beragama Kristen Protestan, 9.035 orang Katolik, 882 orang Budha, serta 98 orang beragama Hindu (*Bukti Kalau Salatiga Merupakan Kota Yang Penuh Keragaman*, t.t.). Dari data tersebut, tidak dapat disimpulkan jika partai politik berbasis Islam mampu memasuki kawasan Salatiga paling tinggi. Melihat kondisi wilayah Salatiga, kenyataan banyak berdirinya gereja hampir di setiap jalan raya membuat satu argumen penyebaran kristenisasi di Salatiga cukup kuat. Bahkan Gereja berdiri berdampingan dengan masjid. Selain bukti banyak berdirinya gereja, sekolah dan Universitas Kristen juga dijumpai di Salatiga. Kristenisasi semakin diperkuat dengan adanya berbagai suku non muslim berdatangan serta ketua DPRD Salatiga yang merupakan

ketua parpol beragama non muslim. Posisi kedudukannya semakin mempengaruhi sulitnya partai politik berbasis Islam menarik hati masyarakat. Meski demikian, PKB mampu bertahan hingga saat ini.

Eksistensi dari parpol ini melunjak tinggi setelah pemilu tahun 2019. Bahkan KPU mencatat jika tahun pemilu sebelumnya, parpol ini hanya mampu mengusung calon ke kursi DPRD separuh dari pemenang saat ini. Hasil 4 kursi yang didapat oleh PKB merupakan bukti bahwa setiap kemenangan tidak luput dari strategi komunikasi politik. Kebenaran ini juga dinyatakan langsung oleh beberapa calon legislatif yang meraih kemenangan. Selain itu, KPU menyatakan masing-masing daerah pemilihan atau empat kecamatan, PKB mampu memenangkan satu Calon Legislatif dengan hasil: Dapil 1 di Kecamatan Sidomukti adalah Fatoni yang mendapat 1446 suara sah. Dapil 2 di Kecamatan Sidorejo yang dimenangkan oleh Basirin dengan jumlah suara 1286 suara sah. Untuk Dapil 4 di Kecamatan Tingkir mendapat hasil 1626 suara sah dari M. Miftah. Sedangkan dapil 4 berada di Kecamatan Argomulyo mencatat 2157 suara sah dari Saiful Mashud dikutip dari Data berasal dari KPU Salatiga dan bukti dari PKB dan PKS.

Setiap langkah dalam menuju apapun, strategi sangat diperlukan. Seperti halnya pemilu pada tahun 2019 di Salatiga. Strategi sendiri merupakan ujung tombak setiap jalannya suatu tujuan. Strategi komunikasi juga memberikan kontribusi dalam keseluruhan aktifitas dan kinerja, serta capaian atas tujuan organisasi itu sendiri.

Berbagai pernyataan di atas memicu munculnya suatu pertanyaan besar. Apakah strategi komunikasi politik antara tahun 2014 dengan tahun 2019 berbeda? Dilihat dari segi hasil, Pemilu 2014 ada calon yang tidak memenangkan kursi DPRD sedangkan sekarang mampu meraih kursi pemerintahan. Selain itu, bagaimana implementasi dari strategi komunikasi politik tersebut? Apakah lebih nyata dibanding sebelumnya? Sedangkan faktanya, ada calon legislatif yang baru saja terjun dalam dunia perpolitikan berhasil meraih kemenangan.

Metode

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif. Pendekatan penelitian yang akan digunakan adalah komunikasi politik Fraksi PKB dengan 4 calon legislatif peraih kursi DPRD. Pendekatan ini digunakan untuk mempertegas hasil dari penelitian tentang strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh calon legislatif dalam proses pemenangan pada pemilu tahun 2019 di Salatiga. Dengan adanya komunikasi politik yang jelas, maka hasil penelitian ini akan lebih tergambar jelas.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah: 1) Observasi, penelitian melakukan observasi di Pengurus Kantor Cabang (PKC) PKB. Selain di Kantor Cabang, Peneliti juga melakukan observasi di Kantor Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Salatiga di ruang masing-masing. Observasi ini termasuk observasi *non-participan*. Karena peneliti tidak terlibat secara langsung dalam kegiatan pemilihan tersebut. Dalam observasi, peneliti juga melakukan diskusi ringan dengan staf PKB sebagai penguat data temuan. 2), Wawancara, pengumpulan data yang dilakukan peneliti salah satunya dengan wawancara. Peneliti mewawancarai narasumber dari Fraksi berbasis Islam di Salatiga yaitu calon legislatif dari Fraksi PKB yang mendapat kursi di DPRD. Dari Fraksi PKB sendiri ada empat anggota, yaitu Saiful Mashud, M. Miftah, Basirin, dan Fatoni. 3) Dokumentasi,

bertujuan untuk mendukung data yang sudah ditemukan di lapangan sebagai penguat temuan data. Dokumentasi dalam penelitian ini berupa data-data dari KPU seperti banyak suara sah sebagai bukti bahwa anggota legislatif tersebut menang, foto pada saat wawancara dan diskusi ringan dilakukan, serta data tambahan lain dari PKB.

Hasil dan Pembahasan

Strategi Komunikasi Politik Anggota Legislatif dalam Pemenangan Pemilu 2019 di Salatiga

Strategi komunikasi politik yang dilaksanakan oleh calon legislatif tentu tidak lepas dari organisasi mereka. Dalam penelitian ini, organisasi yang memberikan pengarahan dalam melaksanakan strategi dari caleg adalah Fraksi PKB. Sebelum caleg turun lapangan, maka PKB yang lebih dulu berperan memberikan pengarahan dan strategi yang akan digunakan oleh caleg. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh salah satu caleg yang kini sudah menjadi anggota legislatif di DPRD Salatiga, M. Miftah sebagai berikut:

Sebelum kita terjun ke lapangan itu, kita diberi pengarahan dari Fraksi PKB. Kita tidak hanya Salatiga saja yang diberikan pengarahan, melainkan juga Sejateng mbak. Jadi waktu itu sebelum kampanye, kita melaksanakan diskusi bersama kemudian diberi pengarahan bagaimana melakukan politik yang baik namun tidak meninggalkan etika Islam. Strategi dari Fraksi itu kita catat, kita ingat, kemudian kita laksanakan. Namun keberhasilan strategi itu sendiri yang menentukan keberhasilannya ya pribadi masing-masing. Bagaimana keseriusan kita dalam menjalani strategi itu (M. Miftah, komunikasi pribadi, t.t.).

Selain strategi yang diberikan oleh Fraksi, caleg juga diberikan masukan berupa bagaimana menganalisis masyarakat yang akan dihadapi oleh caleg di daerah pilihan mereka. Strategi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana celah yang didapatkan oleh caleg sebelum turun kampanye ke lapangan. Selain itu, tujuan menganalisis masyarakat adalah memudahkan para caleg dalam pelaksanaan kampanye secara langsung di hadapan masyarakat. Seperti yang dituturkan oleh Saiful Mashud:

Strategi berikut itu mengenai bagaimana menganalisis masyarakat terutama di dapil kita. Kenapa di dapil kita? Karena pemilih utama kita itu dapil kita. Kan di pemilu sudah dipetakan, makanya analisis masyarakat yang utama di dapil kita. Bagaimana cara menganalisis masyarakatnya? Ya kita beserta tim terjun langsung ke lapangan. Kita melakukan pendekatan kepada masyarakat. Kita dengarkan bagaimana keluhan mereka. Kita baca pendapat mereka terutama dengan hal-hal yang berbau politik. Kita membaca karakter dari masyarakat itu seperti apa. Kita membaca kebiasaan dan budaya masyarakat itu seperti apa. Tujuan dari analisis masyarakat ini sendiri untuk mencari celah mbak. Dari celah atau peluang itu, kita dapat memahami apa maksud dari masyarakat. Dari situ, kita masuk ke dalam peluang itu (S. Mashud, komunikasi pribadi, t.t.).

Analisis masyarakat akan menghasilkan suatu jawaban. Dari jawaban tersebut maka langkah berikutnya adalah melakukan perumusan kebijakan. Perumusan kebijakan ini

dilakukan dengan matang oleh caleg yang telah melakukan analisis masyarakat. Strategi ini berhubungan erat dengan analisis mereka. Apabila caleg tidak melakukan analisis masyarakat, strategi yang mereka bangun akan kurang sempurna. Tujuan pemilu adalah mendengar dari suara rakyat (Rachmiate, 2013, hlm. 125–126). Jika analisis tidak dilakukan, maka secara tidak langsung caleg kurang memahami apa yang dituju oleh masyarakat. Pernyataan ini dibenarkan oleh Fatoni, anggota legislatif yang berasal dari dapil Sidomukti Salatiga:

Setelah caleg melakukan analisis ya mbak, maka kita akan merumuskan kebijakan. Hasil dari kita menganalisis para calon pemilih itu kita catat, kita pelaaip dari situ akan muncul ide-ide bagaimana membawa harapan rakyat yang berbeda-beda itu namun tetap dalam keindahan Islami dengan balutan politik. karna biasanya masyarakat itu kurang melek ya mbak soal politik. Nah ini menjadi salah satu tantangan tersendiri dalam menghadapi keberagaman masyarakat. Perumusan kebijakan kita juga melalui proses yang kadang itu pelik. Dengan berpikir bagaimana kita merencanakan suatu ide namun mampu diterima oleh masyarakat (Fatoni, komunikasi pribadi, t.t.).

Perumusan kebijakan bukan menjadi ujung dari pelaksanaan strategi komunikasi politik. Langkah berikutnya setelah caleg mampu merumuskan kebijakan, maka perencanaan program kegiatan harus dilaksanakan. Hal ini dilakukan agar semata-mata analisis dan rumusan kebijakan tidak berakhir dengan sia-sia atau berakhir tanpa ada kepastian untuk masyarakat sendiri. M. Miftah juga menegaskan:

Analisis masyarakat itu menurut kita malah strategi yang pertama namun bukan utama. Kenapa demikian? Karna tahapan dalam memenangkan pemilu itu tidak sedikit. Setelah menganalisis, kita temukan jawaban dari analisis kita, kemudian jawaban-jawaban itu kita rumuskan dan kembangkan menjadi program kegiatan. Program kegiatan ini nantinya bertujuan untuk lebih mengenal masyarakat. Sebisa mungkin dalam membuat kegiatan, kita usahakan itu bersifat dinamis. Dalam artian kegiatan tidak dilaksanakan sebatas pada masa kampanye saja. Ketika caleg yang menjadi anggota legislatif, mau tidak mau harus melanjutkan kegiatan-kegiatan yang sudah mereka program. Ini sebenarnya memiliki tujuan tersendiri. Dengan terjadinya kegiatan yang konsisten, maka secara tidak langsung masyarakat akan mengenal sisi lain dari kita. Ini nanti bisa jadi suatu keuntungan tersendiri untuk kita di pemilu mendatang (M. Miftah, komunikasi pribadi, t.t.).

Semua strategi komunikasi politik yang dikatakan di atas tidak akan berjalan lancar jika hanya berhenti di organisasi maupun caleg itu sendiri. Langkah-langkah dalam menuju kemenangan tadi akan menjadi sia-sia jika tidak diimbangi dengan komunikasi ke public (Haboddin & Muh Arujal, 2016, hlm. 184). Dalam ilmu komunikasi, ketika seseorang berbicara dengan dua atau lebih dan ada timbal balik, maka itu dinamakan komunikasi interpersonal. Seperti yang dilakukan oleh caleg PKB. Hasil dari perencanaan program kegiatan akan dilaksanakan secara langsung baik oleh caleg itu sendiri serta tim sukses mereka kepada masyarakat. Dalam ilmu komunikasi, caleg akan berperan menjadi komunikator politik, masyarakat sebagai komunikan politik, serta program kegiatan yang disampaikan sebagai pesan politik. Komunikasi itu dilaksanakan secara bertahap oleh caleg PKB. Seperti yang dijelaskan oleh Basirin:

Program kegiatan yang sudah kita rancang, akan kita kampanyekan ke masyarakat baik secara langsung maupun dengan bantuan media sosial. Program kegiatan yang kita kampanyekan itu bukan hanya demi kemenangan kita, melainkan memenuhi suara hati masyarakat. Meskipun saya yakin tidak semua masyarakat akan menerima. Karna karakter dari manusia antara satu dengan yang lain itu kan berbeda. Nah program itu sebisa mungkin mampu menyatukan perbedaan masyarakat. Program yang kita buat tentunya tidak lepas dari hal-hal berbau Islam, seperti mengaji, tahlilan, dakwah. Namun tidak menutup kemungkinan kita juga membuat kegiatan untuk masyarakat non muslim. Karna kita sadar kita hidup dilingkungan berbagai agama. Dalam komunikasi dengan masyarakat, kita belajar bahwa kita harus menyampaikan pesan-pesan kita dengan sopan, santun, dan tidak menyakiti orang lain. Selain itu, yang jadi PR kita adalah bagaimana kita menyampaikan kampanye kepada masyarakat yang kurang melek terhadap politik dengan baik namun mudah dipahami. Sehingga pesan melalui program kerja kita tersampaikan (Basirin, komunikasi pribadi, t.t.).

Program kegiatan yang dikampanyekan kepada masyarakat dari caleg tidak dapat dipungkiri pasti mendapat respon dari masyarakat. *Feedback* dari masyarakat akan bermacam-macam jika melihat banyaknya perbedaan dalam diri masyarakat. Namun dengan tekad yang bulat serta kemantapan yang kuat, maka strategi komunikasi politik yang dibangun dari tahap awal akan kembali sesuai tujuan awal. Komunikasi yang lancar dari aktor politik kepada masyarakat menjadi poin tambahan menuju kemenangan (Cholisin & Nasiwa, 2012, hlm. 111). Miftah menyatakan, jika strategi yang sudah disusun kemudian dilaksanakan secara terstruktur akan mendapat hasil maksimal. Berbagai *feedback* memang telah dia dapatkan. Namun dengan adanya respon dari publik, akan dijadikan sebagai bahan ilmu dalam memperbaiki diri untuk kedepannya. Seauh ini, Miftah menyatakan bahwa respon masyarakat ketika strategi dilakukan dengan baik maka mereka uga baik. Begitu pula anggota legislatif yang dulu mengikuti pemilu teresbut membenarkan bahwa strategi yang dilakukan dengan sungguh-sungguh akan berakhir indah. Saiful Mashud juga menyatakan bahwa:

Strategi yang kita rancang harusnya dilaksanakan dengan sungguh-sungguh. Itu adalah kunci keberhasilan termasuk saya yang duduk disini. Kampanye yang kita berikan ke masyarakat mendapat banyak respon dari masyarakat. kita ketahui uga bahwa masyarakat merupakan kumpulan individu yang memiliki berbagai sikap, sifat, dan karakter masing-masing. Jadi berbagai respon mereka tetap kita terima dengan baik. Bukti respon baik mereka adalah saya beserta tiga teman dari PKB yang mampu menduduki kursi di DPRD ini. Selain itu, dengan kemenangan kita, itu membuktikan bahwa strategi yang kami lakukan bisa dikatakan berhasil. Sebagai tanda terima kasih dari kami, maka program kegiatan akan terus kita laksanakan meskipun nanti kita sudah turun dari kursi DPRD (S. Mashud, komunikasi pribadi, t.t.).

Evaluasi setelah dilakukannya strategi sudah menjadi hal mutlak di setiap organisasi. Begitu juga dengan PKB yang melakukan evaluasi setelah kampanye turun tangan. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui kekurangan dari strategi mereka serta diskusi apasaa yang harus diperbaiki dan dipertahankan. Evaluasi juga dilakukan untuk menyesuaikan kapan

dilaksanakannya program kegiatan yang sudah dirancang oleh para caleg. Basirin juga menegaskan:

Evaluasi wajib dilaksanakan mbak. Karena dengan evaluasi kita paham, apasih kurangnya strategi kita. Dimana sisi tidak menarik dari program-program kita. Kemudian dengan adanya evaluasi, kita akan saling bertukar pikiran. Selain itu juga sebagai sarana memperbaiki diri untuk kedepannya dalam mengelola masyarakat serta organisasi. Evaluasi uga berguna untuk kita dalam menjalankan program kegiatan supaya lebih menarik di mata masyarakat (Basirin, komunikasi pribadi, t.t.).

Keberhasilan setiap kemenangan tidak lepas dari adanya hambatan. Hal ini mutlak terjadi. Dalam setiap strategi yang dilaksanakan, ada hambatan dan dukungan. Begitu pula dengan strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh empat caleg yang terpilih. Faktor hambatan dan faktor pendukung sudah pasti ada. Namun semua kembali ke pribadi masing-masing bagaimana kebijakannya mereka dalam menghadapi hambatan maupun dukungan itu. Seperti yang dijelaskan oleh Miftah dalam menghadapi faktor penghambat dan pendukung dalam menerapkan strategi komunikasi politik:

Hambatan dan dukungan itu sudah pasti ada, namun itu bukanlah suatu halangan pasti untuk melakukan strategi yang sudah kita rancang dari awal. Kita sebelum ini sudah dilatih mental kita agar tahan banting, sudah disiapkan dengan matang agar mampu menghadapi hambatan-hambatan yang ada. Salah satu faktor penghambat dalam melakukan strategi itu adalah adanya ketidaksinambungan antara masyarakat dengan partai politik. Misalnya mereka pendukung partai “A”, kemudian saya masuk, dari situ respon mereka kurang bagus. Nah ini sudah jadi hambatan. Tapi kita juga harus sedia solusi untuk menghadapinya jika sewaktu-waktu terjadi hal seperti ini. Untuk faktor pendukung sendiri contohnya di dapil saya, Islam itu masih kental. Di sisi lain, partai yang saya bawa kan dianggap masyarakat partai Islam. Dan disini terjadilah kemistri antara saya dengan masyarakat, sehingga memudahkan saya dalam kampanye (M. Miftah, komunikasi pribadi, t.t.).

Implementasi Strategi Komunikasi Politik Anggota Legislatif pada Pemenangan Pemilu 2019 di Salatiga

Definisi implementasi menurut KBBI adalah pelaksanaan atau penerapan yang bermaksud mencari bentuk tentang hal yang disepakati terlebih dahulu (“Implementasi,” t.t.). Sedangkan implementasi strategi menurut Whelen dan Hunger adalah sekumpulan aktifitas dan pilihan yang diperlukan untuk melaksanakan rencana strategis yang telah disusun. Implementasi strategi merupakan bagian kunci dari manajemen strategi keseluruhan. Tahapan implementasi menurut Whelen dan Hunger ada tiga, yaitu penetapan program, penetapan anggaran, dan penetapan prosedur (Soepardi, 2005, hlm. 444).

Empat anggota legislatif dari Fraksi PKB tidak melakukan penerapan seperti yang didefinisikan oleh Whelen dan Hunger. Mereka melaksanakan implementasi dari apa yang sudah dirancang. Berikut adalah implementasi dari Saiful Mashud, Fatoni, M. Miftah, dan Basirin.

Tabel 1. Implementasi Empat Anggota Legislatif PKB

Analisis masyarakat	Pelaksanaan analisis masyarakat dilakukan sebelum masa kampanye datang. Sosialisasi dilakukan dengan cara berbaur dengan masyarakat. Dengan mengamati karakter dan kebiasaan masyarakat, para caleg mencari peluang agar pesan politik bisa sampai kepada masyarakat baik itu untuk masyarakat yang paham politik maupun yang tidak paham dengan politik.
Perumusan Kebijakan	Perumusan kebijakan dilakukan setelah hasil dari pengamatan selesai. Setelah diamati dan dipelajari, diskusi antara caleg dengan tim dilaksanakan yang kemudian akan dipraktekkan kepada msyarakat. Perumusan kebijakan ini dilakukan sebelum masa kampanye.
Perencanaan Program Pelaksanaan	Setelah mendapat hasil dari pengamatan terhadap masyarakat dan penyusunan program kegiatan, maka pelaksanaan program mereka disosialisasikan di saat masa kampanye. Cara sosialisasinya adalah turun langsung ke lapangan, melaksanakan kegiatan yang sudah dirancang, dan melakukannya di dapil masing-masing dengan persiapan yang matang.
Kegiatan Komunikasi	Komunikasi dibangun sedini mungkin, bahkan sebelum adanya masa-masa kampanye. Sehingga <i>chemistry</i> yang ada antara caleg dengan masyarakat terjalin dengan baik. Komunikasi interpersonal yang mereka lakukan lebih mengedepankan <i>attitude</i> . Hal itu akan membangun persepsi masyarakat bahwa caleg memiliki segi positif dalam hal komunikasi.
Feedback	Penerapan untuk mempelajari timbal balik dari masyarakat dirancang sejak awal. Strategi ini dijadikan bahan diskusi setelah selesainya strategi dari caleg dilakukan. dan pemahaman terhadap timbal balik dari masyarakat terus diterapkan hingga saat ini.
Evaluasi	Evaluasi wajib diterapkan oleh empat caleg tersebut. Evaluasi dilakukan setelah analisis dijalankan. Setiap kegiatan atau melaksanakan suatu program dengan masyarakat, maka evaluasi akan langsung dilaksanakan. Sehingga pembelajaran untuk lebih baik kedepan mampu diraih Saiful Mashud dan tiga caleg lainnya.

Setiap strategi memiliki faktor penghambat dan pendukung. Namun semua hambatan mampu dilewati dengan baik asalkan memakai kepala dingin. Begitu pula dengan empat anggota legislatif yang terpilih. Dalam menerapkan strategi politik, mereka mengalami banyak hambatan dan dukungan dalam waktu bersamaan. Berikut adalah beberapa faktor hambatan dan dukungan yang dialami keempat anggota legislatif terpilih dari PKB tersebut.

Tabel 2. Faktor Penghambat dan Pendukung serta Solusi

Faktor	Keterangan	Solusi
Hambatan	<ol style="list-style-type: none">1. Adanya masyarakat yang <i>kontra</i> dengan partai dan pribadi dari caleg.2. Adanya masyarakat yang kurang paham terhadap politik.3. Adanya masyarakat yang tidak mau tahu urusan politik dan memilih golput.	Tetap melakukan pendekatan terhadap masyarakat apapun pilihan mereka. Tetap berbaur dan mendengar keluh kesah masyarakat meskipun masyarakat tidak memahami politik. selain itu, pendekatan dilakukan dengan tujuan bahwa caleg bisa mengubah pemikiran masyarakat yang memilih golput.
Dukungan	<ol style="list-style-type: none">1. Adanya masyarakat yang <i>Pro</i> dengan partai yang diusung dan pribadi caleg.2. Pemahaman masyarakat mengenai politik yang dianggap berbasis Islam dan <i>sefrekuensi</i> dengan partai dan individu caleg.3. Sadarnya masyarakat mengenai politik yang benar.	Mempertahankan citra diri sebagai wakil rakyat yang bisa mengerti masyarakat. Dengan kesadaran diri tinggi bahwa caleg meraih kemenangan berasal dari suara rakyat akan membuat caleg selalu berada dalam rengkuhan masyarakat. Dengan kesopan santunan dan akhlak yang tinggi, maka persepsi masyarakat terus baik untuk caleg, partai, dan masyarakat itu sendiri.

Kesimpulan

Penelitian pada pemilu 2019 di Salatiga dengan narasumber empat anggota legislatif dari Fraksi PKB yang memenangkan kursi DPRD dalam mengetahui strategi komunikasi politik antara lain: 1) Komunikasi yang diterapkan oleh Saiful Mashud, Fatoni, M. Miftah, dan Basirin adalah komunikasi interpersonal dan komunikasi massa. Komunikasi interpersonal dilakukan secara langsung pada saat kampanye dan sosialisasi. Sedangkan komunikasi massa dilakukan dengan bantuan media sosial seperti *whatsApp*, *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, dan *lainnya*. Strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh Saiful Mashud beserta ketiga anggota legislatif menggunakan model perencanaan milik Philip Lesly. Dengan perancangan strategi dimulai dari analisis masyarakat, perencanaan kebijakan, perumusan program pelaksanaan kegiatan, dilanjutkan dengan pelaksanaan kegiatan komunikasi, mencari timbal balik atau *feedback* dari masyarakat, serta terakhir adalah evaluasi setelah pelaksanaan kampanye maupun program kegiatan strategi dari empat anggota legislatif tersebut. 2) Implementasi dilakukan secara bertahap dimulai sebelum masa kampanye datang. Implementasi dilaksanakan sesuai strategi yang direncanakan agar terciptanya kondisi harmonis dan tujuan yang tercapai. Pencarian solusi dari caleg beserta tim yang terus dijalankan ketika adanya hambatan yang datang selama perjalanan masa kampanye mampu dikendalikan. Penanganan hambatan dengan kepala dingin ini mampu membuahkan hasil yang baik.

Referensi

- 20 Tahun PKB Dilema Ideologi Moderat Pengakuan Kepada Minoritas cPFF. (t.t.). Diambil 21 April 2020, dari <https://www.goggle.com./amp/s/amp.tirto.id/20-tahun-pkb-dilema-ideologi-moderat-pengakuan-kepada-minoritas-cPFF>
- Basirin. (t.t.). *Staf DPRD Kota Salatiga dari Fraksi PKB* [Komunikasi pribadi].
- Bukti Kalau Salatiga Merupakan Kota Yang Penuh Keragaman. (t.t.). Diambil 28 Februari 2020, dari <https://www.hipwee.com/list/5-bukti-kalau-salatiga-merupakan-kota-yang-penuh-dengan-keberagaman/>
- Cangara, H. (2016). *Komunikasi Politik, Konsep, Teori, dan Strategi*. Rajawali Pers.
- Cholisin & Nasiwa. (2012). *Dasar Dasar Ilmu Politik*. Penerbit Ombak.
- Djuyandi, Y. (2017). Komunikasi Politik Tim Pemenangan Hendra Hemeto dalam Pemilihan Ketua DPD II Partai Golkar Kabupaten Gorontalo Periode 2016-2021. *Jurnal: Wacana Politik*, 2(1).
- Efriza, & Indrawan, J. (2018). *Komunikasi Politik "pemahaman Secara Teoritis dan Empiris"*. Intrans Publishing.
- Fatoni. (t.t.). *Anggota legislatif DPRD Salatiga*. [Komunikasi pribadi].
- Haboddin, M., & Muh Arujal. (2016). *Pengantar Ilmu Politik*. Universitas Brawijaya Press.
- Implementasi. (t.t.). KBBi. <https://kbbi.web.id/implementasi.html>
- KH. Marzuki Mustamar PKB Anak NU yang Paling Saleh. (t.t.). Diambil 21 April 2020, dari <https://m.pkb.id/read/10319/kh-marzuki-mustamar-pkb-anak-nu-yang-aling-saleh/>
- Kota Salatiga Kembali Raih Predikat Kota Toleran Nomor 2 Nasional. (t.t.). Diambil 29 Februari 2020, dari <https://salatiga.go.id/kota-salatiga-kembali-raih-predikat-kota-toleran-nomor-2-nasional/>
- M. Miftah. (t.t.). *Anggota legislatif DPRD Salatiga* [Komunikasi pribadi].
- Mashud, S. (t.t.). *Anggota legislatif DPRD Salatiga* [Komunikasi pribadi].
- Mengupas Kota Salatiga Partisipasi Pemilu Tertinggi di Jawa Tengah. (t.t.). Diambil 29 Februari 2020, dari <https://KPU-Salatiga.go.id/mengupas-kota-salatiga-partisipasi-pemilu-tertinggi-di-jawa-tengah/>
- Muchlasin. (t.t.). *Staf DPRD Kota Salatiga dari Fraksi PKB* [Komunikasi pribadi].
- Rachmatie, A. (2013). Strategi Komunikasi Politik dan Budaya Transparan Partai Politik. *Jurnal Mimbar*, 29(2).
- Soepardi, E. M. (2005). Pengaruh Perumusan dan Implementasi Strategi Terhadap Kinerja Keuangan "Survey pada BUMN yang Menderita Kerugian." *Jurnal: Mimbar*, XXI(2).
- Subiakto, H., & Rachmah Ida. (2012). *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi* (Edisi Kedua). Kencana.
- Supena, I., & Dkk. (t.t.). Strategi Komunikasi Dakwah Masyarakat atas Konflik Tanah di Desa Surokonto Wetan Kecamatan Pageruyung Kabupaten Kendal. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 3(1), 2018.
- Wahid, U. (2016). *Komunikasi Politik "Teori, Konsep, dan Aplikasi pada Era Media Buku"*. Simbiosis Rekatama Media.