

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PARTAI PERSATUAN PEMBANGUNAN (PPP) DALAM MEMENANGKAN PEMILIHAN UMUM TAHUN 2014 DI KECAMATAN KOTAGEDE

POLITICAL COMMUNICATION STRATEGY OF THE UNITED DEVELOPMENT PARTY (PPP) IN WINNING THE ELECTIONS OF 2014 IN KOTAGEDE DISTRICT

Febriliani

Pendidikan Kewarganegaraan dan Hukum FIS UNY

febriliani1102@gmail.com

ABSTRAK

Artikel ini akan mengungkap tentang strategi komunikasi politik Partai Persatuan Pembangunan (PPP) dalam memenangkan pemilihan umum tahun 2014 di Kecamatan Kotagede. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik penentuan subjek penelitian menggunakan teknik *purposive*, teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan teknik *cross check*. Selanjutnya teknik analisis data menggunakan analisis data induktif, meliputi 3 (tiga) tahap, yakni: reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Strategi komunikasi politik PPP dalam memenangkan pemilu tahun 2014 di Kecamatan Kotagede yaitu menyelenggarakan kampanye berbudaya; melakukan pendekatan secara personal (terutama kaum muda), sosial, dan kultural; menjaga kesetiaan masyarakat melalui program PPP; dan mengangkat isu-isu yang sesuai dengan kondisi masyarakat. 2) Proses persiapan yang dilakukan yaitu mencari calon legislatif yang berkompeten; pemetaan wilayah, personil, dan anggaran; membentuk tim sukses, saksi, Pokja dan Korwil; membuat isu politik dan alat peraga kampanye; menyusun konsep kampanye berbudaya; persiapan program kerja; dan membuat jadwal perencanaan kunjungan ke masyarakat. 3) Pelaksanaan strategi komunikasi politik PPP yaitu melakukan kunjungan ke masyarakat dan partai lain, sosialisasi dan; membagikan alat peraga kampanye; kampanye berbudaya; merangkul tokoh-tokoh PPP *lawas*; memberi *treatment* sesuai karakteristik masyarakat; dan melakukan koordinasi kepada tim sukses, sedangkan strategi PPP dalam memenangkan H. Prabowo Subianto-Ir. H. M. Hatta Rajasa adalah memaksimalkan kinerja Pokja di setiap kampung untuk melaksanakan strategi yang telah ditentukan di tingkat pusat.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi Politik, PPP, Pemilu*

ABSTRACT

This article will reveal about the political communication strategy of the unity of development party (PPP) in winning the 2014 general election in Kotagede District. This research is a descriptive research with qualitative approach. The technique in determining the research subjects is purposive techniques, while the data collection techniques using interviews and documentation. The researcher used cross check technique to ensure the accuracy of the data. As the data analysis techniques, the researcher using inductive data analysis, which includes 3 (three) stages: data reduction, data presentation and conclusion. The results of the research showed that: 1) The PPP's political communication strategy in winning elections in 2014 in Kotagede, namely the campaign conducts cultured; personal

approach (especially youth), social, and cultural approach; keep the loyalty of the community through the PPP program; and the issues raised in accordance with the conditions of the community. 2) Process of preparation that was done that is looking for a competent legislative candidates; mapping the territory, personnel, and budget; forming successful teams, witnesses, Pokja and Korwil; make the political issues and the campaign props; drafting the concept of the cultured campaign; the preparation of the work programme; and schedule planning visits to the community. 3) Implementation of the political communication strategy of PPP that is make a visit to the community and other parties, and socialization; share campaign props; cultured campaign; embracing the old PPP figures; gave treatment according the characteristics of the community; and conduct coordination to the team success, whereas PPP strategies in winning H. Prabowo Subianto-Ir. H. M. Hatta Rajasa is to maximize the performance of Pokja in each village to implement the strategy have been determined at the central level.

Keywords: *Political Communication Strategy, PPP, Elections*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara demokrasi. Salah satu wujud demokrasi di Indonesia adalah adanya kesempatan yang sama untuk dapat berpartisipasi dalam pemilihan umum. Keberadaan partai politik sangat penting karena partai politik merupakan bagian dari demokrasi. Partai politik berperan sebagai wadah atau tempat penyeleksian para calon pemimpin dengan cara mereka masing-masing dengan tetap mengikuti peraturan yang telah diatur dalam undang-undang.

Menurut Robert A. Dahl sebagaimana dikutip oleh Zuhro (2009:18), ada 5 (lima) kriteria yang menunjukkan suatu negara itu termasuk ke dalam negara demokrasi atau tidak, yakni: persamaan hak pilih, partisipasi efektif, pembenaran kebenaran, control terakhir terhadap agenda, terliputnya masyarakat dalam kaitannya dengan hukum. Berdasarkan kelima kriteria tersebut, salah satunya yaitu partisipasi efektif, telah dilaksanakan dan masih berlangsung di

Indonesia, yakni melalui Pemilu (pemilihan umum).

Aurel Croissant sebagaimana dikutip oleh Prihatmoko (2008: 4-5) mengemukakan tiga fungsi pokok Pemilu, yaitu, fungsi keterwakilan, fungsi integrasi, fungsi mayoritas. Berdasarkan pendapat di atas, dapat diketahui bahwa Pemilu merupakan suatu kegiatan atau *event* politik yang berfungsi untuk memilih perwakilan masyarakat yang akan melaksanakan berbagai hal yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan masyarakat luas

Masing-masing partai politik sebagai peserta Pemilu memiliki cara- cara tersendiri untuk memperoleh dukungan dan suara (*vote*) dari masyarakat, salah satunya yaitu strategi komunikasi politik. Menurut Arifin (2011: 235) strategi komunikasi politik adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan saat ini guna mencapai tujuan politik pada masa depan.

Seperti halnya salah satu partai politik di Indonesia yaitu Partai Persatuan Pembangunan

(PPP). Pada pemilihan umum legislatif (Pileg) yang diselenggarakan tanggal 9 April 2014 dan pemilihan umum Presiden dan Wakil Presiden (Pilpres) yang diselenggarakan tanggal 9 Juli 2014, PPP berhasil memperoleh suara tertinggi khususnya dalam pemilihan anggota DPRD Kota Yogyakarta dengan perolehan suara sebanyak 3.586 suara di Kecamatan Kotagede. Selain itu, pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden nomor urut 1 yaitu H. Prabowo Subianto-Ir. H.M. Hatta Rajasa berhasil memenangkan perolehan suara tertinggi di Kecamatan Kotagede dimana PPP termasuk ke dalam salah satu partai pengusungnya. Pada Pilpres tersebut, dari 14 (empat belas) Kecamatan di Kota Yogyakarta, Kecamatan Kotagede adalah satu-satunya Kecamatan yang berhasil dimenangkan oleh H. Prabowo Subianto-Ir. H.M. Hatta Rajasa, sedangkan 13 (tiga belas) Kecamatan lainnya dimenangkan oleh Ir. H. Joko Widodo-Drs. H. M. Jusuf Kalla.

Partai Persatuan Pembangunan (PPP) yang dalam hal ini telah memperoleh suara tertinggi dalam Pemilu Legislatif tahun 2014 dan menjadi bagian dari tim koalisi yang berhasil memenangkan H. Prabowo Subianto-Ir. H.M. Hatta Rajasa di Kecamatan Kotagede pasti menggunakan strategi dalam komunikasi politiknya. PPP merupakan partai Islam yang sebagian besar anggotanya masuk dalam organisasi Islam Nahdlatul Ulama dan

Muhammadiyah, sedangkan mayoritas masyarakat Kecamatan Kotagede merupakan salah satu basis terbesar bagi salah satu organisasi Islam terbesar di Indonesia yakni Muhammadiyah. Jika dilihat dari tiga Pemilu terakhir, PPP selalu memperoleh suara yang fluktuatif di DIY. Penyebabnya ialah karena masih lemahnya relasi politik dengan publik, ruang lingkup komunikasi politik resiprokal yang sempit, minimnya pendekatan publisitas, pendekatan persuasi yang tidak merata, kegagalan dalam membangun manajemen reputasi politik, minimnya hubungan politik dengan publik, dan minimnya *political community building* (pembangunan komunitas politik) (diakses dari http://digilib.uin-suka.ac.id/17776/2/08210045_bab-i_iv-atau_daftar-pustaka.pdf pada tanggal 2 Februari 2017 pukul 17:30 WIB).

Perolehan suara yang fluktuatif tersebut selain disebabkan oleh faktor internal, baik itu dari partai yang bersangkutan ataupun sistem Pemilu yang diterapkan, juga disebabkan oleh faktor eksternal yaitu masyarakat yang heterogen dan semakin kritis. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Kotagede kini semakin kritis dalam menentukan pilihan mereka pada suatu Pemilu. Dengan kondisi yang seperti itu, Partai Persatuan Pembangunan (PPP) sebagai pemenang suara tertinggi dalam Pileg dan juga termasuk ke dalam partai koalisi atau pendukung H.

Prabowo Subianto-Ir. H. M. Hatta Rajasa yang berhasil memenangkan suara tertinggi di Kotagede pasti memiliki strategi komunikasi politik yang menarik dalam meraih dukungan masyarakat.

Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang mencoba mengungkap strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh partai politik; 1) Penelitian yang dilakukan oleh Nur Ahmad El Afa dari UIN Sunan Kalijaga dengan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Politik Dewan Pimpinan Wilayah Partai Persatuan Pembangunan Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Pemilu 2014“, 2) Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Habibur Rohman dari UIN Sunan Ampel. Dalam skripsinya yang berjudul “Tinjauan Fiqh Siyasah Terhadap Peran K.H. Abdul Ghofur Dalam Pemenangan Partai Gerindra Pada Pemilu Tahun 2014 di Wilayah Kecamatan Paciran Lamongan”. 3) Penelitian yang dilakukan oleh Elvira Hannum dari UIN Syarif Hidayatullah yang berjudul “Strategi Kampanye Humas Partai Persatuan Pembangunan (PPP) dan Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) Dalam Meningkatkan Citra Partai Menjelang Pemilu 2014”, dsb.

Fokus permasalahan dalam penelitian ini akan dibatasi pada batasan masalah yang diambil oleh peneliti yaitu mengenai strategi komunikasi politik PPP sebagai partai Islam berhasil memenangkan Pemilu tahun 2014 di Kecamatan Kotagede. Maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah, “Apa strategi komunikasi politik PPP dalam memenangkan

pemilihan umum tahun 2014 di Kecamatan Kotagede?”, “Bagaimana proses perencanaan strategi komunikasi politik PPP dalam memenangkan pemilihan umum tahun 2014 di Kecamatan Kotagede?” dan “Bagaimana pelaksanaan strategi komunikasi politik PPP dalam memenangkan pemilihan umum tahun 2014 di Kecamatan Kotagede?”. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengungkap strategi komunikasi politik, proses perencanaan dan pelaksanaan strategi tersebut oleh PPP dalam memenangkan Pemilu tahun 2014 di Kecamatan Kotagede. Menurut Doris Graber dalam sebagaimana dikutip oleh Cangara (2011: 30), komunikasi politik adalah:

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 berpikir, serta memengaruhi sikap dan tingkah laku khalayak yang menjadi target politik.

Fungsi komunikasi politik adalah memberikan informasi, sosialisasi, maupun pendidikan kepada masyarakat dalam bentuk pesan-pesan yang disampaikan melalui berbagai cara terkait upayanya dalam penentuan kebijakan atau bahkan dalam memenangkan pemilihan umum. Menurut Arifin (2011: 177), komunikasi politik bertujuan membentuk dan membina citra dan opini publik, mendorong partisipasi politik, memenangi pemilihan, dan memengaruhi kebijakan politik negara atau kebijakan publik.

Menurut Rogers sebagaimana dikutip oleh Cangara (2011: 236) strategi komunikasi adalah suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Sedangkan Middleton membuat definisi dengan menyatakan “Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan yang optimal”.

Menurut Peter Schroder sebagaimana dikutip oleh Pito, dkk (2013: 198) pada dasarnya strategi dibagi menjadi dua macam yaitu strategi ofensif (menyerang) dan strategi defensif (bertahan). Dalam strategi tentu perlu proses perencanaan agar alokasi sumber daya (misalnya, manusia, keuangan, infrastruktur) dapat dilakukan secara efisien. Selain itu, perencanaan dibutuhkan agar setiap program dan aktivitas partai memiliki kesamaan gerak dan arah (Firmanzah, 2008: 80-81).

Setelah melakukan perencanaan, strategi yang telah dibuat kemudian dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah disusun sedemikian rupa agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Dalam melaksanakan strategi komunikasi politik tersebut terdapat langkah-langkah yang dapat diambil oleh kandidat atau partai yang bersangkutan, yaitu: ketokohan

dan kelembagaan, menciptakan kebersamaan, membangun konsensus.

Partai Persatuan Pembangunan (PPP) didirikan pada tanggal 5 Januari 1973 sebagai hasil fusi dari empat partai politik yang berasaskan Islam peserta Pemilu tahun 1971, yaitu Nahdlatul Ulama (NU), Partai Muslimin Indonesia (Parmusi), Partai Syarikat Islam Indonesia (PSII), dan Partai Islam Persatuan Tarbiyah Islamiyah (PERTI) (Tim Divaro, 2014: 275). Saat ini PPP adalah satu-satunya partai di Indonesia yang berasaskan Islam. PPP memiliki visi dan misi yang tertuang dalam Muktamar VIII Partai Persatuan Pembangunan Momor: 07/TAP/MUKTAMAR VIII/PPP/2016, yaitu terwujudnya masyarakat madani yang adil, makmur, sejahtera lahir-batin, dan demokratis dalam wadah Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila di bawah ridla Allah *Subhanahu Wa Ta'ala*.

Prinsip perjuangan PPP adalah sebagai berikut:

- 1) Prinsip ibadah;
- 2) Prinsip *amar ma'ruf nahi munkar*;
- 3) Prinsip kebenaran, kejujuran, dan keadilan;
- 4) Prinsip musyawarah;
- 5) Prinsip persamaan, kebersamaan, dan persatuan;
- 6) Prinsip *istiqamah*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Berdasarkan jenis dan pendekatan penelitian di atas, maka penelitian diharapkan mampu mengungkapkan informasi yang ada berupa data deskriptif mengenai strategi komunikasi politik PPP, proses perencanaan hingga pelaksanaan strategi komunikasi politik tersebut.

Subjek penelitian dalam penelitian ini diambil secara *purposive*. Kriteria subjek dalam penelitian ini yaitu pengurus DPC PPP Kota Yogyakarta, pimpinan PAC PPP Kecamatan Kotagede dan pihak yang terlibat aktif sebagai pelaksanaan strategi komunikasi politik tersebut. Adapun subjek dalam penelitian ini meliputi tiga orang pengurus DPC, dua orang pimpinan PAC, dan seorang anggota DPRD fraksi PPP yang memperoleh suara tertinggi di Kecamatan Kotagede.

Teknik yang digunakan dalam oleh peneliti dalam pengumpulan data yaitu wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara semiterstruktur, dimana dalam teknik wawancara ini peneliti menggunakan garis besar pertanyaan untuk diajukan kepada narasumber. Dokumentasi dalam penelitian ini menggunakan berbagai arsip yang dimiliki oleh PAC PPP Kecamatan Kotagede berkaitan dengan persiapan hingga pelaksanaan pemilu tahun 2014, serta dokumen pendukung lainnya.

Pengujian kredibilitas atau keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik

cross check, pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan dan melakukan pengecekan kembali pada hasil wawancara antara subjek penelitian dan hasil yang diperoleh dari dokumentasi. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis induktif. Merujuk pada analisis data kualitatif model Miles dan Huberman (Emzir, 2012: 129), berdasarkan model tersebut ada tiga langkah dalam melakukan analisis data yaitu; a) *Data reduction* (Reduksi data), b) *Data display* (Penyajian data), c) *Conclusion drawing/verification* (Verifikasi).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi Politik Partai Persatuan Pembangunan (PPP) dalam Memenangkan Pemilihan Umum Tahun 2014 di Kecamatan Kotagede

a. Strategi Komunikasi Politik PPP dalam Pemilihan Umum Legislatif (Pileg)

Penyusunan strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh PAC PPP Kecamatan Kotagede merupakan hasil diskusi dan analisis bersama dengan PAC PPP Kecamatan Umbulharjo. Setelah dilakukan pembagian tugas, barulah kemudian pelaksanaannya dilakukan oleh masing-masing PAC. Dalam melaksanakan strategi tersebut, PAC mempunyai mata dan telinga yang berada di setiap kampung, yaitu Pokja. Pokja adalah kelompok kerja yang beranggotakan 2 sampai 5 orang di setiap Kampung dan bertugas untuk menggali

informasi di masyarakat, melaporkannya kepada PAC untuk kemudian dikembalikan lagi kepada masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan Bapak Indrayanto selaku Ketua PAC PPP Kecamatan Kotagede, terkait dengan tugas dan peran yang dilakukan oleh PAC dalam rangka memenangkan suara tertinggi di Kecamatan Kotagede adalah sebagai berikut:

- a) Menggalang kekuatan di tingkat Kecamatan.
- b) Menyelenggarakan mobilisasi kekuatan.
- c) Membentuk satuan tugas (Satgas) sebagai bentuk pengamanan Pemilu dengan cara membangun situasi dan kondisi agar Pemilu dapat berjalan dengan baik.
- d) Membentuk kelompok kerja (Pokja) yang ditugaskan sebagai mata dan telinga PAC di masyarakat.
- e) Membentuk laskar-laskar.
- f) Menyusun strategi pemenangan di tingkat Kecamatan.
- g) Mencari dan menentukan bakal calon anggota legislatif yang akan bertarung dalam Pemilu legislative 2014.

b. Strategi Komunikasi Politik PPP dalam Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden (Pilpres)

Strategi komunikasi politik PPP dalam memenangkan Paslon nomor urut 1 di Kecamatan otagede adalah dengan memaksimalkan kinerja Pokja-Pokja yang berada di setiap kampung atau TPS. Para Pokja melaksanakan strategi yang telah ditentukan oleh tim koalisi di tingkat pusat, yaitu penggunaan slogan retorika ‘Selamatkan Indonesia’ pembentukan ‘musuh’ bersama, dan rasa urgensi (*sense of urgency*).

Selain memaksimalkan Pokja, faktor lain yang menjadikan Paslon nomor urut 1 memperoleh suara tertinggi di Kecamatan Kotagede adalah karena didukung atau diusung oleh partai-partai yang berunsur religius, seperti PPP, PAN dan PKS. Oleh karena itu, di Kecamatan Kotagede yang juga unsur religiusnya kuat, mereka cenderung untuk memilih Paslon nomor urut 1 daripada Paslon nomor urut 2 yang berunsur nasionalis. Hal tersebut membuktikan bahwa di Kotagede, partai-partai yang dahulunya merupakan bagian dari Masyumi masih kuat dan mendominasi basis-basis yang ada di Kotagede.

Proses Perencanaan Strategi Komunikasi Politik Partai Persatuan Pembangunan (PPP) Dalam Memenangkan Pemilihan Umum Tahun 2014 Di Kecamatan Kotagede

Secara umum proses perencanaan yang dilakukan adalah mempersiapkan tim sukses yang akan membantu pergerakan; menggalang kekuatan dengan cara memperkuat saksi yang akan ditempatkan di setiap TPS, membentuk Pokja atau Korwil (koordinator wilayah); melakukan pemetaan atau *mapping*; melakukan komposisi pemilih; dan membuat konsep strategi.

a. *Perencanaan Strategi Komunikasi Politik PPP dalam Pemilihan Umum Legislatif (Pileg)*

Perencanaan strategi komunikasi politik PAC dapat dikatakan lebih telat jika dibandingkan dengan partai-partai lainnya. PAC baru membentuk tim sukses 7 bulan terakhir sebelum pemungutan suara. PAC sendiri tidak terlalu banyak melakukan perencanaan karena tidak ingin menargetkan sesuatu yang belum tentu akan tercapai atau dilaksanakan. Berikut adalah perencanaan strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh PAC:

- a) Mencari Caleg yang berkompeten dan menarik.
- b) Membentuk tim sukses bagi Caleg maupun partai.
- c) Membangun kondisi dengan mengandalkan Satgas yang berada di wilayah.
- d) Mengumpulkan informasi melalui Pokja-Pokja yang berada di setiap kampung.
- e) Mempersiapkan sumber daya yang dimiliki dengan menyesuaikan dengan kondisi di lapangan.

PPP menyusun agenda kegiatan kampanye tertutupnya dengan menyesuaikan pada kegiatan-kegiatan yang berada di masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa proses perencanaan yang dilakukan oleh PPP dalam rangka memenangkan Pemilu tahun 2014 di Kecamatan Kotagede sangat diperhitungkan dan dipersiapkan secara matang. Hal ini dapat dijadikan patokan awal bagi PPP dalam mensukseskan pelaksanaan strategi komunikasi politiknya.

b. *Perencanaan Strategi Komunikasi Politik PPP dalam Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden (Pilpres)*

Proses perencanaan strategi komunikasi politik yang dilakukan PPP dalam Pilpres tidak serumit ketika merencanakan strategi saat Pileg. Hal itu dikarenakan Pilpres terjadi setelah Pileg, sehingga yang dilakukan PPP adalah dengan mempersiapkan Pokja-Pokja yang pada Pemilu legislatif telah banyak membantu dalam memenangkan PPP di Kotagede. Setiap Pokja diinstruksikan untuk mencari suara di setiap wilayah atau kampungnya untuk memilih Paslon nomor urut 1 yaitu H. Prabowo Subianto-Ir. H. M. Hatta Rajasa dalam pemilihan umum Presiden dan Wakil Presiden tahun 2014.

Pelaksanaan Strategi Komunikasi Politik Partai Persatuan Pembangunan Dalam Memenangkan Pemilihan Umum Tahun 2014 Di Kecamatan Kotagede

a. *Pelaksanaan Strategi Komunikasi Politik PPP dalam Pemilihan Umum Legislatif (Pileg)*

Pimpinan Anak Cabang (PAC) PPP Kecamatan Kotagede melaksanakan strategi komunikasi politik yang telah disepakati bersama-sama dengan PAC PPP Kecamatan Umbulharjo. Dalam melaksanakan strategi ini PAC dibantu dengan Pokja- Pokja yang berada di setiap wilayah di Kotagede. Meskipun ruang lingkungannya hanya sebatas Kecamatan, tapi karena menggunakan sistem Dapil, maka target pemenangannya mencakup 2 Kecamatan, yaitu Kecamatan Kotagede dan Kecamatan Umbulharjo. Berikut adalah pelaksanaan strategi komunikasi politik PAC:

- 1) Melakukan penjajagan untuk memperkirakan karakteristik pemilih.
- 2) Menggerakkan kader mudanya untuk bertemu dengan pengampu wilayah setempat untuk meminta dukungannya kepada PPP.
- 3) Membantu menyelesaikan permasalahan yang ada di masyarakat dengan cara memberikan bantuan semampunya kepada masyarakat yang membutuhkan.
- 4) Melalui Pokja-Pokja yang berada di setiap kampung, PAC dapat mengetahui bahwa orang-orang tertentu yang

berada di Kampungnya lebih menyukai atau mendukung partai mana.

- 5) Mengubah pola dalam rangka mengubah persepsi masyarakat tentang PPP dengan cara melakukan pendekatan langsung ke masyarakat.
- 6) Memberikan dukungan kepada Caleg yang berasal dari Kotagede, misalnya memberikan keperluan berapa jumlah orang yang dibutuhkan oleh Caleg yang bersangkutan untuk membantu bersama-sama melakukan pergerakan.
- 7) Melakukan koordinasi kepada setiap tim sukses.
- 8) Melakukan sosialisasi Caleg dan partai kepada masyarakat dalam 3 bulan pertama kegiatan Pemilu.
- 9) Selama 3 bulan selanjutnya, PAC memastikan dukungan masyarakat kepada partai ataupun Caleg-Caleg yang berasal dari PPP.
- 10) Dalam 1 bulan terakhir menuju pemungutan suara, sudah dapat dipastikan berapa nilai suara M. Hasan Widagdo maupun Caleg lainnya, begitupun juga dengan nilai suara untuk partai.
- 11) PAC lebih fokus pada mensosialisasikan Pemilu daripada menyosialisasikan pemenangan Pemilu.
- 12) Sebagai bentuk pengamanan suara, PAC menginstruksikan kepada setiap

Pokja untuk mengingatkan dan memastikan para pemilih atau konstituen PPP datang ke TPS untuk menggunakan hak suaranya.

b. Pelaksanaan Strategi Komunikasi Politik PPP dalam Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden (Pilpres)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan Ketua PAC selaku salah satu perwakilan anggota tim koalisi dari PPP, dalam Pilpres tahun 2014 pihaknya bekerja secara maksimal. PPP lebih dominan dalam pergerakan di Kecamatan Kotagede karena PPP memiliki kekuatan yang lebih besar dibanding partai-partai lainnya yang termasuk ke dalam tim koalisi. Kekuatan yang dimaksud adalah kemenangan PPP pada saat Pileg tahun 2014, sehingga anggota tim koalisi yang lain cenderung mengikuti instruksi dari PPP. Meskipun yang lebih dinamis dalam pergerakannya adalah PPP, namun semua biaya yang diperlukan untuk pelaksanaan kampanye Paslon nomor urut 1 berasal dari Partai Gerindra.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, dapat diambil kesimpulan mengenai strategi komunikasi politik Partai Persatuan Pembangunan (PPP) dalam memenangkan pemilihan umum tahun 2014 di Kecamatan Kotagede, yaitu sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi politik PPP dalam memenangkan pemilihan umum tahun

2014 di Kecamatan Kotagede adalah 1) menyelenggarakan kampanye berbudaya secara meriah sebagai upaya untuk menarik minat semua kalangan pemilih, 2) berani menemui masyarakat secara rutin, 3) melakukan pendekatan kepada masyarakat secara personal, sosial, dan kultural, 4) mengangkat pesan bahwa PPP telah berubah dari Pemilu sebelumnya (tidak lagi arogan ketika pawai), 5) memfokuskan perlakuan atau *treatment* kepada pemilih muda, 6) memelihara atau menjaga kesetiaan masyarakat melalui beberapa kegiatan atau program yang dilakukan oleh PPP, 7) mengangkat isu-isu yang sesuai dengan kondisi masyarakat, 8) tidak mencampuri atau mengganggu kepentingan partai lain, 9) melepaskan sasarannya, baik itu suatu wilayah yang apabila setelah diberi *treatment* awal, wilayah tersebut memutuskan untuk tetap tidak memilih PPP ketika pemungutan suara mendatang, 10) memaksimalkan kinerja para Pokja untuk mengimplementasikan strategi yang ditetapkan oleh tim koalisi di tingkat pusat.

2. Proses perencanaan strategi komunikasi politik PPP dalam memenangkan Pemilu tahun 2014 di Kecamatan Kotagede yaitu, 1) mencari Caleg yang berkompeten dan menarik, 2) melakukan pemetaan wilayah, personal, dan anggaran, 3) membentuk tim sukses,

saksi, Pokja, Satgas dan Korwil, 4) membuat isu politik, 5) membuat alat peraga kampanye, 6) menyusun konsep kampanye berbudaya, 7) mempersiapkan materi dan program kerja yang akan ditawarkan ke masyarakat, 8) membuat jadwal perencanaan kunjungan ke masyarakat.

3. Pelaksanaan strategi komunikasi politik PPP dalam memenangkan Pemilu tahun 2014 di Kecamatan Kotagede sepenuhnya terlaksana secara maksimal. Hal tersebut karena PPP sudah memperhitungkan berapa perolehan suara yang akan didapat saat pemungutan suara, yakni melalui kinerja para Pokja yang berada di setiap Kampung. Melalui perhitungan tersebut, maka PPP mendapatkan suara yang tidak jauh dari target yang sudah ditentukan sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 2011. *Komunikasi Politik (Filsafat - Paradigma-Teori-Tujuan-Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia)*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Cangara, Hafied. 2011. *Komunikasi Politik; Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Emzir. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

Firmanzah. 2008. *Marketing Politik (Antara Pemahaman dan Realitas)*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia

Pito, Toni A. dkk. 2013. *Mengenal Teori-Teori Politik: Dari Sistem Politik Sampai Korupsi*. Bandung: Nuansa Cendekia

Prihatmoko, Joko J. 2008. *Mendemokratiskan Pemilu: Dari Sistem Sampai Elemen Teknis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Zuhro R. Siti, dkk. 2009. *Demokrasi Lokal; Perubahan dan Kesenambungan Nilai-Nilai Budaya Politik Lokal di Jawa Timur, Sumatera Barat, Sulawesi Selatan dan Bali*. Yogyakarta: Ombak