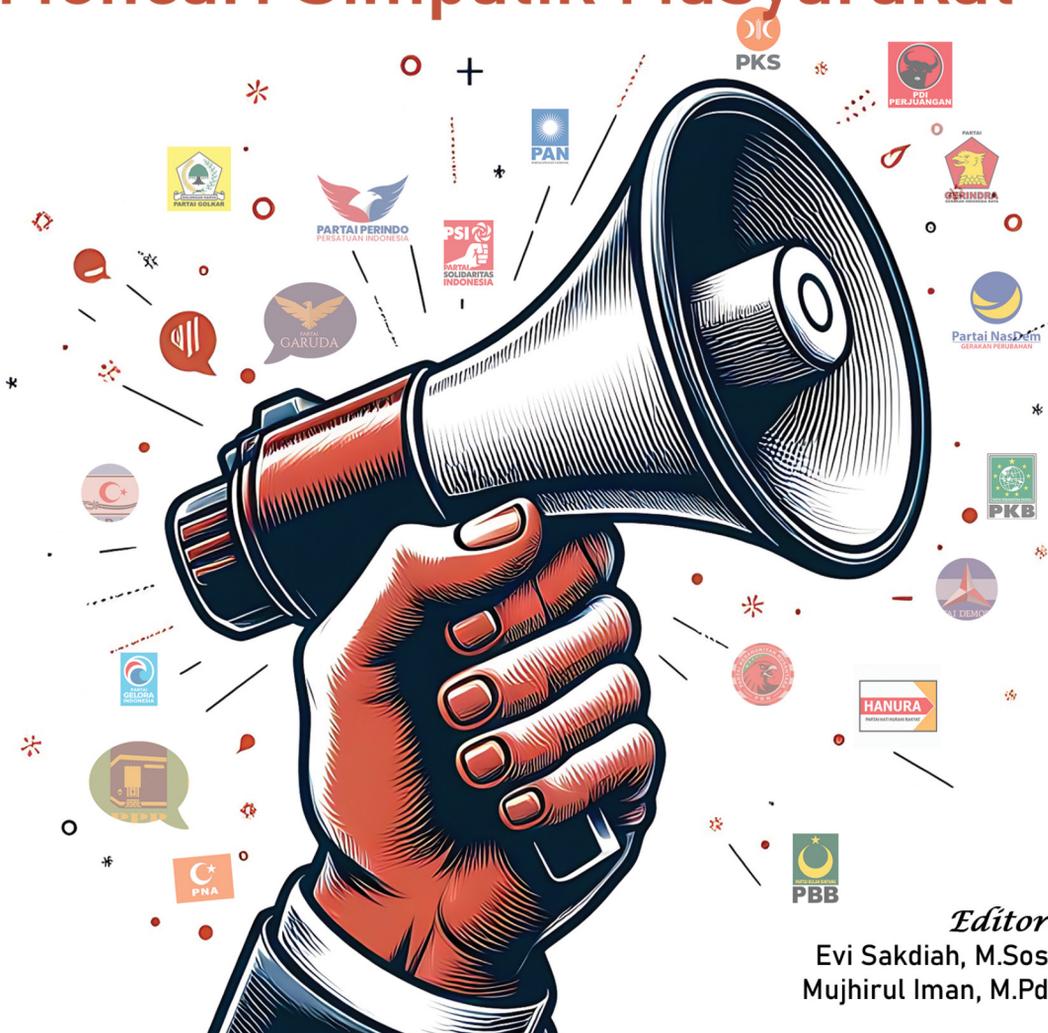


Dr. Anang Anas Azhar, M.A.

MARKETING POLITIK ISLAM

Menelisik Upaya Partai Politik Mencari Simpatik Masyarakat



Editor:

Evi Sakdiah, M.Sos.
Mujhirul Iman, M.Pd.

MARKETING POLITIK ISLAM:
Menelisik Upaya Partai Politik Mencari
Simpatik Masyarakat

HAK CIPTA DILINDUNGI UNDANG-UNDANG

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian isi buku ini dalam bentuk apapun, baik secara elektronik maupun mekanis, termasuk memfotocopy, merekam dan dengan sistem penyimpanan lainnya tanpa izin tertulis dari penulis.

MARKETING POLITIK ISLAM:
Menelisik Upaya Partai Politik Mencari
Simpatik Masyarakat

Dr. Anang Anas Azhar, M.A.

Editor

Evi Sakdiah, M.Sos.
Mujhirul Iman, M.Pd.



Judul

**Marketing Politik Islam: Menelisik Upaya Partai Politik
Mencari Simpatik Masyarakat**

Penulis

Dr. Anang Anas Azhar, M.A.

Editor

Evi Sakdiah, M.Sos.

Mujhirul Iman, M.Pd.

Layouter

Fimanda Arlita, M.Pd.

Cetakan Pertama; Juli 2024

xxvi + 300 hlm.; 15.5 x 23 cm

ISBN : 978-623-408-750-5 (cetak)

E-ISBN : 978-623-408-751-2 (ebook)

Penerbit



Redaksi

Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan, 20238

Telepon, 061-6626296, Fax. 061-6638296

Email; umsupress@umsu.ac.id

Website; <http://umsupress.umsu.ac.id/>

Anggota IKAPI Sumut, No: 38/ Anggota Luar Biasa/SUT/2020

Anggota APPTI, Nomor: 005.053.1.09.2018

Anggota APPTIMA (Afiliasi Penerbit Perguruan Tinggi Muhammadiyah Aisyiyah)

Daftar Isi

Daftar Gambar	vii
Daftar Tabel.....	ix
Kata Sambutan Prof. Dr. Katimin, M.Ag.....	xi
Kata Sambutan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumut	xiii
Kata Pengantar Prof. Dr. H. Hasyimsyah Nasution, M.A ..	xvii
Prakata	xxi
Pengantar Editor.....	xxiii
BAB I Pendahuluan.....	1
BAB II Pilar Konseptual.....	13
A. Pencitraan Politik	13
B. Komunikasi Politik Dalam Memperkuat Pencitraan .	64
C. Strategi Komunikasi Pencitraan Politik.....	91
D. Pencitraan Politik Perspektif Komunikasi Islam.....	116
E. Partai Politik dan Fungsinya	127
F. Presentasi Diri di Ruang Publik; Teori Dramaturgi...	134
BAB III Perkembangan dan Pencitraan Partai	141
A. Perkembangan dan Strategi Pencitraan Politik PAN Sumatera Utara.....	141
B. Keberhasilan Pencitraan Politik Partai Amanat Nasional (PAN) dalam Membangun Simpati Masyarakat di Sumatera Utara.....	237
C. Model Pencitraan Politik yang Efektif dalam Meningkatkan Simpati Masyarakat di Sumatera Utara	250
BAB IV Kesimpulan	277
Glosarium.....	279
Daftar Pustaka	281
Tentang Penulis	289

Tentang Editor	293
Indeks	297

Daftar Gambar

No. Gambar	Keterangan	Hal
Gambar 2.1	Model Pembentukan Citra	17
Gambar 2.2	Model komunikasi AIDDA	40
Gambar 2.3	Kombinasi Modal Kapital dengan Modal Sosial	61
Gambar 2.4	Sitem Politik Dalam Komunikasi Politik	69
Gambar 2.5	Model Analisis SWOT	96
Gambar 2.6	Konstruksi dalam membangun image, disadur dari Firmanzah.	98
Gambar 2.7	Sketsa tentang ide dasar dramaturgi.	137
Gambar 3.1	Proses Pemanfaatan Salurah Komunikasi Massa Dalam Membangun Pencitraan Politik PAN Sumatera Utara	162
Gambar 3.2	Model proses komunikasi interpersonal Knap.	179
Gambar 3.3	Model Pencitraan Politik PAN Sumatera Utara	200
Gambar 3.4	Tiga elemen pertimbangan PAN dalam penetapan caleg	235
Gambar 3.5	Pola Kampanye DPW PAN Sumatera Utara	263
Gambar 3.6	Strategi Segitiga Pencitraan Politik PAN Sumatera Utara	273

Daftar Tabel

No. Tabel	Keterangan	Hal
Tabel 1.1	Persentase Perolehan Kursi PAN Pada Pemilu Legislatif 1999 sampai 2014.	8
Tabel 2.1	Komunikator di tinjau dari jenis pembagiannya.	75



Kata Sambutan

Prof. Dr. Katimin, M.Ag

Guru Besar Pemikiran Politik Islam Fakultas Ushuluddin
Universitas Islam Negeri (UIN) Sumatera Utara, Medan

Dalam kurun waktu 15 tahun terakhir, istilah pencitraan politik menjadi kata yang akrab di telinga masyarakat Indonesia. Pencitraan politik semakin menguat, ketika kalangan akademisi maupun praktisi menjadikannya sebagai kajian-kajian akademik dan diskusi ilmiah dalam berbagai kesempatan. Pencitraan politik dijadikan market tersendiri untuk meningkatkan elektabilitas dan popularitas partai politik maupun para politisi di negeri ini.

Hampir semua pihak yang berkepentingan terhadap opini publik, menjadikan pencitraan politik sebagai media yang ampuh dalam mengelola citra sebuah lembaga politik. Jika ditinjau dari aspek kesejarahan, ternyata pencitraan sudah jauh-jauh hari dilakukan para pemimpin dunia dalam membangun peradaban. Sejumlah pemimpin suku primitif misalnya, banyak menggunakan simbol-simbol dalam mengelola kerajaan yang dipimpinnya. Penggunaan simbol yang digunakan para pemimpin primitif ini bertujuan untuk memelihara citra publik akan keagungan rajanya. Bangunan piramida dan spinx, salah satu yang disimbolkan untuk mencitrakan raja sebagai tuhan. Fakta-fakta ini, ternyata dilakukan para pemimpin kita terdahulu.

Tak hanya itu, peradaban Yunani dan Romawi juga mengedepankan pentingnya opini publik. Kesan yang dimunculkan adalah pencitraan politik terhadap raja untuk memperkuat tahta seorang raja. Karya seni dan sastra pada masa itu, justru diarahkan untuk menguatkan reputasi raja. Pesan-pesan melalui fakta yang diungkap dalam sejarah peradaban dunia itu, digunakan sebagai media pembentukan opini publik, selanjutnya mengarah kepada pencitraan politik yang ada di zamannya.

Buku yang ada di tangan pembaca ini berjudul *Marketing Politik Islam: Menelusik Upaya Partai Politik Mencari Simpatik Masyarakat* ini, merupakan buah karya dan buah pikir Anang Anas Azhar. Sepengetahuan saya, penulis buku ini pernah

bergelut di dunia politik selama bertahun-tahun. Sebagai buah karya yang orisinal dan fokus kepada pembahasan pencitraan politik Partai Amanat Nasional (PAN), penulis buku ini mencoba mengelaborasi secara sistematis dan terukur tentang pencitraan politik. Secara teoritis, buku ini banyak menggambarkan pesan-pesan positif dan menjadi bahan yang teramat luar biasa ketika diterapkan para politisi. Tak terkecuali lagi, buku ini sangat baik untuk menjadi rujukan bagi mahasiswa yang sedang menimba ilmu, khususnya bagi mahasiswa yang konsern dalam ilmu-ilmu politik.

Penulis juga banyak menawarkan solusi konstruktif dalam hal pencitraan politik bagi partai politik dan para politisi kita di negeri ini. Bahkan secara khusus, buku yang ditulis penulis ini mampu mengelaborasi pencitraan politik umum kepada pendekatan pencitraan politik Islam. Penulis banyak menggambarkan pencitraan politik yang dilakukan pemimpin kita dalam sejarah Islam hingga sekarang.

Saya meyakini dengan hadirnya buku ini, semakin memperkaya dan memperluas paradigma berpikir para politisi kita dalam mencitrakan diri di hadapan publik secara santun dan bermartabat. Terakhir, buku ini memang layak dan menarik untuk dibaca oleh semua kalangan, karena fokus kajiannya dalam pencitraan politik terutama dalam kemenangan pemilihan umum bagi partai politik dan politisi yang mencalonkan diri dalam pemilu.

Medan, Juli 2024

Prof. Dr. Katimim, M.Ag.

Kata Sambutan

Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi (FDK) Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) Medan

Meskipun perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sudah demikian pesatnya, tetapi agaknya budaya menulis tetap perlu dilestarikan. Dalam banyak hal memang budaya menulis beralih dari *printed* ke digital (ditulis secara *online*). Tetapi dalam hal menuliskan hasil pikiran, opini, imajinasi dan kerja akal/otak lainnya tak dapat disangkal masih sangat diperlukan.

Dalam tradisi intelektual Islam kita mengenal sangat kental dengan kegiatan menulis. Sejak awal turunnya Alquran, Nabi Muhammad saw, sudah memerintahkan Zaid bin Tsabit untuk menulisnya. Dalam Alquran, khususnya pada surat Al-Baqarah ayat 282, Allah Swt., memerintahkan umat Islam untuk menulis perjanjian atau transaksi (*bi dainin faktubuh*).

Dalam konteks inilah, patut untuk kita pahami bahwa Allah Swt., melalui wahyu-Nya Alquran maupun Nabi telah meletakkan dasar budaya tulis di kalangan umat Islam. Budaya inilah yang kemudian dijiwai oleh para sarjana/ulama sepanjang sejarah Islam - terutama pada zaman keemasan Islam (*The Golden Age of Islam*) - mereka telah menulis buku dalam berbagai bidang keilmuan, dan buku-buku tersebut masih dapat kita baca hingga saat ini. Melalui tulisan atau buku, ilmu diwariskan dari generasi ke generasi.

Patut dicatat bahwa salah satu kelemahan sarjana Islam dewasa ini dalam hal budaya menulis. Kesan yang muncul, budaya lisan demikian kuatnya di tengah-tengah masyarakat, sementara untuk menuliskannya tidak serta-merta dapat dilakukan. Untuk menggugah kembali spirit atau semangat menulis, perlu ditanamkan keyakinan bahwa menulis termasuk amal saleh yang dapat mengantarkannya masuk surga (*'ilmu yuntafa'u bih*).

Dosen sebagai ilmuwan diharapkan menganut falsafah kelapa, bukan falsafah pisang. Kelapa terus menerus berbuah,

sedangkan pisang hanya sekali berbuah, lalu mati. Sebahagian kaum terpelajar dan civitas akademika, khususnya dosen lebih dekat dengan falsafah pisang, hanya sekali berbuah. Mereka hanya menulis skripsi (S1), tesis (S2) dan disertasi (S3), kemudian tidak pernah muncul karya tulisnya yang monumental. Selain itu, konsumtivitas dalam ranah ilmuan tentu kurang relevan, di mana hanya mampu membaca karya orang lain, tidak produktif dengan melahirkan gagasan dan ide-ide segar untuk pemecahan masalah sosial dan keumatan. Padahal ide-ide kreatif yang dituliskan sangat dibutuhkan oleh masyarakat, kini dan ke depan.

Untuk mengatasi hal di atas, maka Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan mulai tahun 2015 yang lalu, yang terus berlanjut hingga sekarang tahun 2024 ini, menetapkan/melestarikan program penerbitan buku. Tujuannya untuk mendorong para dosen agar lebih kreatif dalam menulis, khususnya yang berkaitan dengan mata kuliah yang diampunya. Bagaimanapun, berdasarkan regulasi yang ada bagi dosen khususnya, mulai dari level fungsional paling rendah Asisten Ahli hingga ke level fungsional paling tinggi Guru Besar (Profesor), diwajibkan menyebarkan gagasannya, yang salah satu caranya dengan menulis buku.

Pimpinan fakultas terus mendorong dan memfasilitasi para dosen untuk menerbitkan karya ilmiahnya menjadi buku, baik tulisan yang berasal dari diktat, tesis maupun disertasi, selain naskah orisinal dari hasil kajian dan penelitian. Hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan produktivitas dosen sebagai ilmuan.

Buku *“Marketing Politik Islam: Menelisik Upaya Partai Politik Mencari Simpati Masyarakat”* yang berada di tangan Anda ini, menjadi bukti bahwa dosen dan mahasiswa harus terus berkarya untuk meneruskan tradisi menulis. Buku ini juga merupakan salah satu buku yang direkomendasikan FDK UINSU dibaca kalangan masyarakat luas, khususnya mahasiswa, dosen dan praktisi. Untuk itu, saya mengucapkan terima kasih kepada penulis, semoga buku monumental ini bermanfaat dan menambah wawasan bagi para pembacanya.

Medan, Juli 2024
Dekan



Prof. Dr. H. Hasan Sazali, M.Ag

Kata Pengantar

Prof. Dr. H. Hasyimsyah Nasution, MA

Guru Besar Etika Politik Islam

Universitas Islam Negeri (UIN) Sumatera Utara, Medan

Demokrasi dipahami hampir semua negara saat ini sebagai sistem terbaik bernegara, tak terkecuali Indonesia. Semenjak awal kemerdekaannya, sampai sekarang tetap konsisten walaupun dengan segala variasi dan dinamika. Keberadaan partai politik (parpol) merupakan keniscayaan sebagai representasi peran rakyat dalam bernegara. Di Indonesia, nuansa perpolitikan dengan segala liku-likunya yang bermuara pada kekuasaan adalah suatu hal yang menarik untuk dicermati, baik dalam tataran *polity* (sarana) dan *politics* (aksi), maupun *policy* (tujuan). Parpol dan elite politik menempati posisi strategis dalam memainkan peran keberlangsungan penyelenggaraan pemerintahan. Karena itu “gaya” perpolitikan parpol memberi kontribusi secara teoritis dan praktis dalam membangun Indonesia berkemajuan.

Sejak Indonesia merdeka, demokrasi kita terus mengalami perkembangan. Ini ditandai dengan munculnya banyak partai (*multi party*). Munculnya sistem politik yang bersifat multi partai ini, drastis merubah wajah perpolitikan Indonesia dengan munculnya partai-partai baru. Secara realitas, munculnya partai-partai baru tentu akan semakin membuka kemungkinan bagi rakyat untuk menyalurkan aspirasinya dan meraih peluang untuk memperjuangkan hak-haknya sebagai warga negara. Kondisi ini sekaligus memberikan isyarat, bahwa sistem politik Indonesia telah menempatkan parpol sebagai pilar utama penyangga demokrasi.

Tak dapat kita bantah, bahwa pertumbuhan parpol di Indonesia banyak membawa harapan, karena parpol dapat menjadi katalisator positif bagi peningkatan aspirasi politik masyarakat. Munculnya partai-partai baru memerlukan usaha yang keras agar dapat diterima di masyarakat. Terlebih lagi,

pengetahuan masyarakat terhadap parpol masih melekat kuat pada partai-partai peninggalan orde baru. Fakta politik inilah yang mendorong agar parpol mendekatkan dirinya dengan konstituen di tingkat akar rumput (*grass root*). Upaya parpol untuk mendekatkan diri kepada masyarakat memerlukan penanganan yang khusus, mengingat persaingan antara parpolpun sangat tinggi.

Salah satu penanganan khusus itu adalah dengan mengelola komunikasi politik yang baik. Sub elemen komunikasi politik tersebut adalah pencitraan politik. Jika citra diartikan sebagai gambaran, maka pencitraan diartikan sebagai penggambaran yang diterima oleh komunikan atau khalayak sebagai efek dari terpaan informasi yang diterimanya, baik langsung maupun melalui perantara media. Pencitraan juga sebagai cara seseorang menghubungkan seseorang dengan orang lain, sehingga pencitraan dalam kegiatan politik dapat berhasil untuk memenangkan target politik, seperti kemenangan parpol dan politisi pada pemilihan umum.

Penulis mengkaji bidang pencitraan politik PAN di Propinsi Sumatera Utara untuk menarik simpati masyarakat sepanjang tahun 2005–2015. Kajian dalam yang dilakukan penulis, banyak memberikan pemahaman kepada pembaca atas pencitraan politik. Sebab, tujuan pencitraan politik salah satunya untuk mempengaruhi pemilih dengan cara menanamkan opini positif kepada masyarakat tentang partai yang dicitrakan.

Buku ini juga memaparkan betapa pentingnya pencitraan politik di kalangan politisi kita untuk mendulang simpati dari masyarakat. Secara khusus, penulis banyak menyentuh ranah Muhammadiyah sebagai lahan garapan buku ini. Melalui pencitraan politik yang dilakukan PAN, dukungan muncul dari berbagai lapisan masyarakat, baik muslim, non muslim, Muhammadiyah dan non-Muhammadiyah, sehingga perolehan suara PAN di sejumlah daerah meningkat.

Akhirnya, menurut saya kehadiran buku ini dapat membawa pencerahan kepada peminat perpolitikan di Indonesia, khususnya dalam membangun betapa pentingnya pencitraan politik bagi parpol dan politisi. Begitu juga kepada kalangan

akademisi, buku ini setidaknya menumbuhkan kepustakaan politik Islam. Indonesia dalam membangun demokrasi ke depan harus membutuhkan banyak karya yang senada, guna membawa bangsa ini lebih berkeadaban dan berkemajuan dalam lindungan Allah Swt. Selamat menikmati.

Medan, Juli 2024

Prof. Dr. H. Hasyimsyah Nasution, MA

Prakata

Syukur Alhamdulillah penulis sampaikan kehadiran Allah Swt. atas rahmat, taufiq dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis dalam bentuk buku berjudul : "*Marketing Politik Islam: Menelisik Upaya Partai Politik Mencari Simpatik Masyarakat*" Buku ini penulis persembahkan kepada masyarakat yang menyukai ranah komunikasi politik, terkhusus bagi kalangan legislatif dan politisi yang duduk di kepengurusan partai politik.

Paling tidak, ada tiga hal yang melatarbelakangi mengapa buku yang di tangan Anda ini diterbitkan. *Pertama*, sebagai pelaku politik saat aktif sebagai pengurus partai politik, penulis menemukan pengalaman luar biasa selama duduk di kepengurusan. Dari beberapa pengalaman itulah, penulis ingin menuangkannya dalam bentuk penulisan karya ilmiah. *Kedua*, selama menulis disertasi pada Program Studi Komunikasi Islam di Pascasarjana UIN Sumatera Utara, Medan, penulis terinspirasi untuk menyumbangkan buah pemikiran di bidang politik kepada masyarakat. Berbekal pengalaman sebagai politisi, penulis menginginkan pembaca memahami secara menyeluruh mana pemahaman politik secara teori dan yang mana pula pemahaman politik secara praktis. *Ketiga*, dengan terbitnya buku ini penulis sangat berharap dapat bermanfaat untuk semua pihak. Kalangan akademisi misalnya dosen, mahasiswa ataupun para politisi yang melibatkan diri di partai politik dapat menjadikan buku ini menjadi bahan bacaan dan referensi, terutama dalam hal mengelola pencitraan politik secara personal dan institusi partai politik.

Bagi para politisi, buku ini setidaknya menjadi rujukan dalam mengelola pencitraan politik untuk mempengaruhi pemilih dalam setiap even partai politik maupun personal kader partai politik. Sebab, pencitraan politik merupakan bagian dari komunikasi politik yang turut menentukan sukses tidaknya sebuah misi politik. Pencitraan dilakukan untuk menanamkan opini kepada masyarakat, bahwa partai politik dapat menjadi

harapan penyampai aspirasi. Pencitraan politik juga dapat mempengaruhi masyarakat. Salah satu fakta suksesnya pencitraan politik yang dilakukan partai politik, sadar atau tidak banyak bermunculan politisi yang dicintai rakyat.

Di sisi lain, kita juga bersyukur kehadiran pencitraan politik dalam ranah komunikasi politik, sangat banyak membantu para politisi dalam melakukan sosialisasi kepada konsituennya. Buku yang ada ini, bukanlah yang terbaik di antara buku-buku yang berkaitan dengan pencitraan politik. Tetapi, buku ini setidaknya mencoba memotivasi para *stakeholder* kita yang ada di partai politik untuk mencari model terbaik dalam mensosialisasikan diri ke tengah-tengah masyarakat.

Tidak lupa penulis sampaikan ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada Prof. Dr. Hasyimsyah Nasution, M.A., dan Prof Dr. Katimin M.Ag., Keduanya sebagai guru besar pemikiran politik Islam di UIN Sumatera Utara, Medan, yang senantiasa membimbing penulis, sehingga karya ilmiah dalam bentuk buku ini diselesaikan tepat waktu.

Secara khusus juga, penulis sampaikan penghargaan sedalam-dalamnya kepada orang tua penulis Saibon AS (alm) dan Jamilah (almh) yang sudah mendidik penulis, mulai dari kecil dalam menamatkan studi program doktor.

Terakhir, penulis persembahkan kepada istri tercinta Evi Sakdiah S.Ag, S.PdI dan anak-anakku yang tetap memberi motivasi dalam menyelesaikan penulisan buku ini. Tidak ada yang dapat penulis ucapkan kepada istri dan anakku tercinta, kecuali mengucapkan alhamdulillah, tanpa mereka belum tentu buku yang di tangan Anda ini selesai dengan baik.

Medan, Juli 2024

Dr. Anang Anas Azhar, MA

Pengantar Editor

Dalam ranah politik modern, pemasaran politik telah menjadi sebuah disiplin yang tidak hanya relevan dengan perkembangan zaman, tetapi juga sesuai yang esensial. Buku *Marketing Politik Islam; Menelisik Upaya Partai Politik Mencari Simpatik Masyarakat* karya Dr. Anang Anas Azhar, M.A., hadir sebagai kontribusi penting dalam memahami bagaimana peran partai politik Islam memenangkan hati dan pikiran rakyat. Buku ini menawarkan analisis mendalam serta wawasan strategis mengenai dinamika pemasaran politik yang dijalankan partai politik berbasis massa Islam di Indonesia.

Pada dasarnya, pemasaran politik merupakan upaya untuk memengaruhi persepsi publik melalui berbagai alat komunikasi dan strategi yang sistematis. Buku ini mengupas tuntas bagaimana partai-partai politik Islam memanfaatkan prinsip-prinsip pemasaran ini untuk membangun citra, menarik dukungan, serta memperkuat basis konstituen mereka. Dalam konteks Indonesia, di mana agama memainkan peran penting dalam kehidupan sosial dan politik, pemasaran politik Islam menjadi fenomena yang menarik untuk diteliti lebih lanjut.

Penulis buku ini dengan keahlian dan pengalaman luasnya di bidang komunikasi politik Islam, berhasil menyajikan analisis komprehensif dengan berbasis data empiris. Melalui berbagai studi kasus, penulis menunjukkan bagaimana partai-partai politik Islam menggunakan strategi komunikasi yang cerdas dan inovatif untuk mencapai tujuan politik mereka. Dari kampanye media sosial hingga mobilisasi massa, setiap bab dalam buku ini memberikan gambaran detail tentang taktik dan teknik yang digunakan.

Lebih jauh, buku ini tidak hanya sekedar menyajikan teori dan konsep, tetapi juga menyoroti tantangan-tantangan yang dihadapi partai-partai politik Islam dalam praktik pemasaran politik. Penulis mengidentifikasi berbagai hambatan struktural dan kultural yang harus diatasi, serta menawarkan solusi praktis yang dapat diimplementasikan. Dengan demikian, buku ini

menjadi panduan berharga bagi praktisi politik, akademisi, dan siapa saja yang tertarik dalam dinamika politik Islam di Indonesia.

Selain itu, buku ini juga mengajak pembaca untuk merenungkan implikasi etis dari pemasaran politik Islam. Bagaimana keseimbangan antara nilai-nilai agama dan strategi politik dapat dicapai? Apakah ada batasan etis yang harus dijaga dalam upaya mencari simpati masyarakat? Pertanyaan-pertanyaan ini menjadi refleksi penting dalam memahami kompleksitas pemasaran politik dalam konteks agama.

Dalam bab-bab selanjutnya, penulis juga membahas bagaimana perkembangan teknologi informasi dan media sosial telah mengubah lanskap pemasaran politik. Partai-partai politik Islam kini memiliki akses ke berbagai platform digital yang memungkinkan mereka menjangkau audiens yang lebih luas dengan cara yang lebih efektif. Buku ini memberikan pandangan mendalam tentang bagaimana teknologi ini dimanfaatkan untuk memperkuat pesan-pesan politik dan membangun komunitas yang lebih solid.

Tidak ketinggalan, buku ini juga menyoroti peran pemimpin politik dalam pemasaran politik. Kepemimpinan yang kuat dan karismatik menjadi kunci dalam membangun kepercayaan dan loyalitas di kalangan pemilih. Penulis dengan cermat menganalisis bagaimana figure kunci dalam politik Islam menggunakan kepribadian mereka sebagai alat pemasaran yang ampuh.

Secara keseluruhan, buku *Marketing Politik Islam: Menelisis Upaya Partai Politik Mencari Simpatik Masyarakat* merupakan karya yang sangat relevan dan signifikan di tengah dinamika politik Indonesia yang terus berkembang. Buku ini tidak hanya menawarkan pengetahuan teoritis, tetapi juga wawasan praktis yang dapat diterapkan dalam dunia nyata. Sebagai editor, saya merasa bangga dapat mempersembahkan karya ini kepada pembaca dan berharap buku ini dapat memberikan manfaat yang besar dalam memahami serta mengaplikasikan konsep pemasaran politik Islam.

Akhir kata, kami sebagai editor mengucapkan selamat membaca dan semoga buku ini dapat menjadi sumber inspirasi serta referensi penting bagi semua yang tertarik dalam kajian politik Islam dan pemasaran politik.

Medan, Juli 2024
Editor

Evi Sakdiah, M.Sos
Mujhirul Iman, M.Pd

Daftar Pustaka

- Ahmad, Nyarwi. *Manajemen Komunikasi Politik dan Marketing Politik: Sejarah, Perspektif dan Perkembangan Riset*. Yogyakarta: Pustaka Zaman, 2012.
- Alfian, M. Alfian. *Menjadi Pemimpin Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Amal, Ichlasul. *Teori Mutakhir Partai Politik*. Yogyakarta: PT. Tiara Wacana, 1998.
- Amir, Mafri. *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam*. Jakarta: Logos, 1999.
- Ardial. *Komunikasi Politik*. Jakarta: Indeks, 2010.
- Ardianto, Elvinaro dkk. *Komunikasi Pengantar; Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media, 2007.
- Arriane, Lely. *Komunikasi Politik; Politisasi dan Pencitraan di Panggung Politik*. Bandung: Widya Padjajaran, 2010.
- Arifin, Anwar. *Komunikasi Politik: Paradigma, Teori, Aplikasi, Strategi Komunikasi Politik Indonesia*. Jarkarta: PT. Balai Pustaka, 2003.
- _____. *Politik Pencitraan - Pencitraan Politik*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- _____. *Komunikasi Politik – Filsafat, Paradigma, Teori, Tujuan dan Komunikasi Politik Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Ater, David. E. *Pengantar Analisa Politik*. Jakarta: LP3ES, 1998.
- Liddle, R. Wiliam. *Partisipasi dan Partai Politik di Indonesia Pada Awal Orde Baru*. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti, 1992.
- Bahar, Nasril. “Kembali Kepada Jati Diri PAN” dalam *Fraksi PAN: Wujudkan Amanat Rakyat*. Jakarta: Fraksi PAN Publisher, 2014.
- Basuki, Heru. *Penelitian kualitatif: Untuk Ilmu-Ilmu Kemanusiaan dan Budaya*. Jakarta: Universitas Gunadarma, 2006.
- Biagi, Shirley. *Media Infact: an Introduction to Mass Media*, 3rd ed. New York: Wadsworth Publishing Company, 1995.
- Bogardus, Emori S. *The Marketing Public Opinion*. New York: Associantion press, 1991.

- Budiardjo, Miriam. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1991.
- Bungin, Burhan. *Analisa Data Penelitian Kualitatif: Pemahaman Filosofis Ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003.
- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 1998.
- _____. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- _____. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2013.
- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. *Sosiolinguistik Perkenalan Awal* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004).
- Cravens, David W. *Strategic Marketing*. USA: Mc-Graw Hill, 2000.
- Dhal, Robert, A. *Analisis Politik Modern*, Terj. Mustafa Kamil Ridwan. Jakarta: PT Bumi Aksara, 1994.
- Danial, Akhmad. *Iklan Politik TV: Modernisasi Kampanye Politik Pasca Orde Baru*. Yogyakarta: Lkis, 2009.
- Darmawan, Ikhsan. *Mengenal Ilmu Politik*. Jakarta: Kompas Media Nusantara, 2015.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2005.
- Devito, A. *Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta: Professional Book, 1997.
- Dhani, Rendro. *Centang Perenang Manajemen Komunikasi Kepresidenan Dari Soekarno Sampai Megawati*. Jakarta: Pustaka LP3ES, 2004.
- Effendy, Onong Uchjana. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- _____. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1984.
- Efendi, Erwan. *Pengaruh Pencitraan Surat Kabar dan Religiusitas Terhadap Penentuan Pilihan Pemilih Dalam Pemilihan Kepala Daerah Sumatera Utara*. Disertasi UIN Sumatera Utara: 2015.
- Efriza. *Politik Explore: Sebuah Kajian Ilmu Politik*. Bandung: Alfabeta, 2012.

- Firmanzah. *Persaingan, Legitimasi Kekuasaan, dan Marketing Politik*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2010.
- _____. *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2012.
- Fukuyama, Francis. *Guncangan Besar: Kodrat Manusia dan Tata Sosial Baru*, terj. Masri Maris. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Griffin, E. *A First Look at Communication Theory*. Boston: McGraw-Hil Higher Education, 2000.
- Hamad, Ibnu. *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa: Sebuah Studi Critical Discourse Analysis Terhadap Berita-Berita Politik*. Jakarta: Granit, 2004.
- Haris, Syamsuddin, dkk. *Persepsi Masyarakat Terhadap Partai Politik Peserta Pemilu 2004*. Jakarta: Pusat Penelitian Politik LIPI, 2003.
- Harun, Rochajat dan Sumarno AP. *Komunikasi Politik*. Bandung: Mandar Maju, 2006.
- Hedebro, Goran. *Communication and Social Change in Developing Nation, A Critical View*. Iowa State University Press, 1982.
- Heryanto, Gun Gun. *Komunikasi Politik*. Jakarta: Universitas Indonesia 2010.
- Ilaihi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010.
- Jefkins, Frank. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga, 2002.
- Jordac, George. *Suara Keadilan; Sosok Ali bin Abi Thalib*, terj. Muhammad al-Sajjad. Jakarta: Lentera, 1996.
- Kaid, Lynda Lee. *Handbook Penelitian Komunikasi Politik*, Terj. Ahmad Asnawi. Bandung: Nusa Media, 2015.
- Katsir, Ibnu. *Tafsir Ibnu Katsir*. Bogor: Pustaka Imam Syafii, 2003.
- Keraf, Gorys. *Argumentasi dan Narasi*. Jakarta: Gramedia, 1994.
- Kholil, Syukur. *Komunikasi Islam*. Bandung: Cita Pustaka, 2007.
- Kotler, Philip. *Dasar-Dasar Pencitraan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Erlangga, 1994.
- Kriyantono, Rakhmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Liliweri, Alo. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana, 2011.

- _____. *Komunikasi Antarpersonal*. Jakarta: Kencana, 2015.
- Littlejohn. *Theoris of Human Communication*, terj, Mohammad Yusuf Hamdan. Jakarta: Salemba Humanika, 1999.
- Marwoto. *Komposisi Praktis*. Yogyakarta: Hanindita, 1997.
- Matulada. *Demokrasi Dalam Tradisi Masyarakat Indonesia*. Jakarta, LP3ES, 1996.
- McNair, Brian. *An Introduction To Political Communication*. London: Routledge, 2011.
- McQuail, Dennis. *Teori Komunikasi Massa*, terj. Agus Darma dan Aminuddin. Jakarta: Penerbit Air Langga, 1994.
- Miles, Matthew B dan A. Michael Huberman. *Analisis Data Kualitatif*, terj. Tjetjep Rohendi Rohidi. Jakarta: UI Press, 1992.
- Muis, Abdul. *Komunikasi Islam*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001.
- Mulyana, Dedi. *Komunikasi Efektif: Suatu Pendekatan Lintas Budaya*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- _____. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001.
- _____. *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- _____. *Komunikasi Politik, Politik Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014.
- Munir, Abdullah *Super Teacher (Sosok Guru Yang Dihormati, Disegani, dan Dicintai)*. Yogyakarta: Pedagogia, 2010.
- Muhtadi, Burhanuddin. *Dilema PKS : Suara dan Syariah*. Jakarta: KPG, 2012.
- Mulyana, Dedy. *Komunikasi Politik, Politik Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014.
- Morrison. *Psikologi Komunikasi*. Bogor: Indonesia, 2002.
- Nedelmann, Birgitta. *Individuals and Parties - Changes in Processes of Political Mobilization*. European Sociological Review: Oxford University Press, 1987), h. 181–202.
- Nimmo, Dan. *Komunikasi Politik; Khalayak dan Efek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006.

- _____. *Komunikasi Politik, Komunikator, Pesan dan Media*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006.
- Nursal, Adman. *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004.
- Pamungkas, Sigit. *Partai Politik: Teori dan Praktik di Indonesia*. Yogyakarta: Institut for Democracy and Welfarisme, 2011.
- Pito, Toni Andrianus, dkk. *Mengenal Teori-Teori Politik*. Bandung: Penerbit Nuansa, 2009.
- Puspoyo, Widjanarko. *Dari Soekarno Hingga Yudhoyono, Pemilu Indonesia 1955 – 2009*. Solo: Era Adicitra Intermedia, 2012.
- Al-Qardhawiy, Yusul. *Pedoman Bernegara Dalam Perspektif Islam*, Terj. Kathur Suhadi. Jakarta: Pustaka Al Kautsar, 1999.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Islam Aktual*. Bandung: Mizan, 1996.
- _____. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.
- _____. *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1984.
- Rauf, Maswardi dan Mappa Nasrun. *Indonesia dan Komunikasi Politik*. Jakarta: PT Gramedia Utama, 1993.
- Rogers, Everett M dan F. Floyd Shoemaker. *Communication of Innovations*, terj. Abdillah Hanafi. Surabaya: Usaha Nasional, 1981.
- Rush, Michael dan Philip Althoff. *Pengantar Sosiologi Politik*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2004.
- Ruslan, Rosady. *Kampanye Public Relation*. Jakarta: PT RajaGrafindo, 2007.
- Ruslan. *Strategi Public Relations, Bauran Public Relations*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997.
- Sahid, Komarudin. *Memahami Sosiologi Politik*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2015.
- Sastroatmodjo, Sudjono. *Perilaku Politik*. Semarang: IKIP Semarang Press, 1995.
- Savitri, Gita. *Konstruksi Retorika Politik dalam Restorasi Citra: Analisis Pernyataan Pers Boediono dalam Kasus Bank Century*. Tesis: FISIP UI, 2014.
- Sayuti, Solatun Dulah. *Komunikasi Pemasaran Politik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014.

- Schroder, Peter. *Strategi Politik*. Jakarta: Friedrich Noumann Shiftung, 2004.
- Scot, Cutlip, M. (et. al), *Effective Public Relations Professional*. New York: Prentice Hall, 2006.
- Shihab, M. Quraish. *Wawasan Alquran*. Bandung: Mizan, 1996.
- _____. *Tafsir Al-Mishbah (Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an)*. Jakarta: Lentera Hati, 2003.
- Siregar, Ashadi. *Etika Komunikasi*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka, 2008.
- Simon, Roger. *Gagasan-gagasan Politik Gramsci*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999.
- Sendjaja, S. Djuarsa Dkk. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka, 1994.
- Setiyono, Budi. *Iklan dan Politik: Menjaring Suara dalam Pemilihan Umum*. Jakarta: AdGoal Com, 2008.
- Severin, Werner J. dan James W. Tankard Jr. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*, terj. Sugeng Hariyanto. Jakarta: Kencana, 2005.
- Simons, Jon. *The Power of Political Images*. Bloomington: American Political Science Association, 2006.
- Sitepu, Anthonius. *Sistem Politik Indonesia*. Medan: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, 2004.
- Soemirat, Soleh dan Elviriano. *Dasar-Dasar Publik Relations*. Bandung: PT Remaja Rosadakarya, 2002.
- Soyomukti, Nurani. *Komunikasi Politik: Kudeta Politik Media, Analisa Komunikasi Rakyat dan Penguasa*. Malang: Intrans Publishing, 2013.
- Subiakto, Henri dan Rachmah Ida. *Komunikasi Politik, Media dan Demokrasi*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Suprpto, Tommy. *Komunikasi Propaganda: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: CAPS, 2011.
- Surbakti, Ramlan. *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: PT. Grasindo, 2010.
- Syam, Nina W. *Sosiologi Komunikasi*. Bandung: Humaniora, 2009.
- Taufik, M. Tata. *Etika Komunikasi Islam*. Bandung: Pustaka Setia, 2012.

- Tawakkal, George Towar Ikkal. *Peran Partai Politik dalam Mobilisasi Pemilih (Studi Kegagalan Parpol Pada Pemilu Legislatif di Kabupaten Demak 2009)*. Tesis: PPS UNDIP Semarang, 2009.
- Tinarbuko, Sumbo. *Iklan Politik Dalam Realitas Media*. Yogyakarta: Jalasutra, 2009.
- Undang-Undang No. 31/2002 Penyempurnaan dari Undang-Undang No. 2/1999.
- Undang-Undang Nomor 2 tahun 2011 tentang Partai Politik.
- Varma, SP. *Teori Politik Modern*, terj. Yohannes Kristiarto. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2010.
- Ritzer, George. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Wahid, Marzuki. "Cirebon, Jawa Barat: Ketika Patronase Mengalahkan Personalisme" dalam Edward Aspinall dan Mada Sukmajati (Ed), *Politik Uang di Indonesia: Patronase dan Klientalisme Pada Pemilu Legislatif 2014*. Yogyakarta: Penerbit PolGov, 2015.
- Wasesa, Silih Agung. *Political Branding & Public Relation*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011.
- Wasesa, Silih Agung dan J. Macnamara. *Strategi Public Relations, Membangun Pencitraan Berbiaya Minimal dengan Hasil Maksimal*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- Ways, Muliansyah A. *Political; Ilmu Politik, Demokrasi, Partai Politik dan Welfare State*. Yogyakarta: Buku Litera, 2015.
- Zandi, Sakhira. "Teori Komunikasi Massa" dalam Syukur Kholil (ed.). *Teori Komunikasi Massa*. Bandung: Citapustaka Media, 2011.

Jurnal

- A.S, Benedictus. "Konstuksi Diri dan Pengelolaan Kesan Pada Ruang Rill dan Ruang Virtual" dalam *Jurnal AspiKom, Volume 1, Nomor 1, Juli 2010*.
- Haryati, "Pencitraan Tokoh Politik Menjelang Pemilu 2014" dalam *Jurnal Observasi, Vol 11, No. 2 Tahun 2013*. Jakarta: Badan Litbang SDM Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2013.

- Imansyah, Teguh. "Regulasi Partai Politik Dalam Mewujudkan Penguatan Peran dan Fungsi Kelembagaan Partai Politik" dalam *Jurnal RechtsVinding, Volume 1. Nomor 3, Desember 2012*. Jakarta: BPHN, 2012.
- Kahar, Suyatno. "Pencitraan Politik Partai Nasdem Melalui Iklan di Televisi" dalam *Jurnal Humanity, Vol. 9, No. 2, Maret 2014*. Yogyakarta: UMM, 2014.
- Mahadi, Ujang. "Komunikasi Politik Kiai Pada Kampanye Pemilu" dalam *Jurnal ADDIN, Volume. 9, Nomor, 2 Agustus 2015*. Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2015.
- Musta'in, "Teori Diri; Sebuah Tafsir Makna Simbolik Pendekatan Teori Dramaturgi Erving Goffman" dalam *Jurnal Komunika, Vol 4 No. 2 Juli-Desember 2010*.
- Siswanto. "Metafora Budaya Sebagai Pendekatan Manajemen" dalam *Jurnal Masyarakat Kebudayaan dan Politik, Th. XXI. No. 3, Juli-September 2009*.
- Syobah, Nurul. "Peran Media Massa Dalam Komunikasi Politik" dalam *Jurnal Komunikasi dan Sosial Keagamaan, Vol: XV, No. 1, Juni 2012*. IAIN Samarinda, 2012.
- Vidyarini, Titi Nur. "Politik dan Budaya Populer Dalam Kemasan Program Televisi" dalam *Jurnal Ilmiah SCRIPTURA, Vol. 2, No. 1, Januari 2008*. Pusat Penelitian Universitas Kristen Petra: 2008.

Surat Kabar

- Anang Anas Azhar, "Jarak PAN dan Muhammadiyah" dalam *Harian Waspada*, tanggal 24 Agustus 2015.
- _____. "Mencari Figur Ketua PAN Sumut" dalam *Harian Waspada*, tanggal 19 Juni 2015.
- _____. "Media dan Iklan Politik" dalam *Harian Analisa*, tanggal 13 Pebruari 2014.

Tentang Penulis



Anang Anas Azhar, lahir di Desa Tebing Linggahara, Kecamatan Bilah Hulu, Kabupaten Labuhanbatu, Sumatera Utara tanggal 04 Oktober 1973. Menamatkan Sekolah Dasar, MTsN, dan MAN di Rantau Prapat (tahun 1982–1993). Kemudian melanjutkan pendidikan sarjana tahun 1993 pada Program Studi Penyiaran Penerangan Agama Islam (PPAI) sekarang menjadi Komunikasi Dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) UIN Sumatera Utara Medan. Gelar sarjana, magister dan doktor ia raih di almamaternya sendiri. Ia pernah berprofesi sebagai wartawan hingga memperoleh sertifikat Uji Kompetensi Utama (UKW) Utama dari Dewan Pers Tahun 2014, bernomor; 6347-PWI/WU/DP/VIII/2014/04/10/74 dan anggota PWI bernomor ; 02.0013072.07 ini.

Suami Evi Sakdiah ini, dianugerahi empat orang anak yakni M Choirur Rais Alvizar (23), M Hafiz Alvizar (20), M Tahfif Alvizar (18) dan M Fikri Rizki Alvizar (14). Ia pernah aktif sebagai politisi sebelum dosen tetap PNS di UIN Sumatera Utara Medan. Kini, penulis fokus mencurahkan pikirannya di dunia akademik, mata kuliah yang diampu lebih banyak mengasuh mata kuliah rumpun komunikasi politik, rumpun keilmuan jurnalistik, media digital dan lainnya. Ia mengaktifkan diri sebagai pengajar/promotor/penguji disertasi di S3 KPI FDK UIN Sumatera Utara di samping tugas pokoknya sebagai dosen S1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi FIS UIN Sumatera Utara, penulis juga mengajar di Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU).

Selama aktif di dunia akademik, ia pernah diamanahkan menjadi Ketua Gugus Kendali Mutu (GKM) Program Studi Ilmu Komunikasi FIS UINSU tahun 2016, Staf Ahli Rektor UINSU bidang Komunikasi 2017-2020. Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) S2 di FDK UINSU 2020-2021. Kini penulis menjabat sebagai Wakil Dekan III Bidang

Kemahasiswaan dan Kerja Sama di FDK UINSU Medan periode 2023-2027.

Anak pasangan Saibon AS (*alm*) dan Jamilah SM (*almh*) ini, mengaktifkan diri sebagai aktivis. Tercatat penulis merupakan kader Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) di Sumatera Utara, Ketua Pimpinan Wilayah Pemuda Muhammadiyah Sumatera Utara periode 2006-2010, Ketua Pimpinan Pusat Pemuda Muhammadiyah periode 2010-2014. Penulis juga pernah menjabat sebagai Ketua Lembaga Pengembangan Cabang dan Ranting (LPCR) Pimpinan Wilayah Muhammadiyah (PWM) Sumatera Utara, dan Wakil Ketua Korwil Forum Keluarga Alumni (FOKAL) IMM Sumatera Utara hingga sekarang.

Karya penulis selama menjadi dosen, banyak dihasilkan melalui penelitian, buku dan tulisan ilmiah dalam bentuk opini. Karya di bidang penelitian, penulis pernah melakukan penelitian berjudul "*Pencitraan Politik Partai Amanat Nasional (PAN) Dalam Menarik Simpati Masyarakat Di Propinsi Sumatera Utara Tahun 2005-2015*". "*Pengaruh Membaca Berita Kriminal Di Surat Kabar Harian Medan Terhadap Kondisi Psikologis Mahasiswa IAIN Sumatera Utara*". "*Kecenderungan Peminatan Mahasiswa Program Studi Komunikasi Islam Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) Medan Tahun 2010-2016*". Karya lain dalam bentuk penelitian dapat diakses melalui <https://scholar.google.co.id/citations?user=9zCjx4AAAAJ&hl=en>.

Karya buku yang dipublis di antaranya berjudul, *Komunikasi Politik Untuk Pencitraan (Konsep, Strategi dan Pencitraan Politik)*, Perdana Publishing Medan (2017), *Pencitraan Politik Elektoral (Kajian Politik Segitiga PAN Dalam Merebut Simpati Masyarakat)*, Atab Buku, Yogyakarta (2017), *The Black Magic' of National Mandate Party/Partai Amanat Nasional Gaining The Real Vote*. Lambert Academi Publishing (2018), *Politisi Teladan (Biografi H Abdul Wahab Dalimunthe)* Penerbit Medan Kreasi (2023), *Komunikasi Islam (Kajian Konsep dan Implementasi Politik Islam)* Penerbit Medan Kreasi (2024), *Komunikasi Politik Kontemporer* Penerbit Pusdikra Medan, (2024), pernah menjadi kontributor dalam penulisan buku, *Dakwah Kerukunan Dan Kebangsaan*,

Prenada Media Group (2019), *Menuju World Class University (Khair Al Jami'ah)*, CV Manhaji - UIN Press Medan (2018).

Aktif sebagai kolumnis di sejumlah media massa nasional dan lokal, seperti Harian Umum Nasional Waspada yang terbit di Medan dan beberapa media online lainnya. Tulisan artikel yang sudah dipublikasi mencapai 421 tulisan dalam bentuk opini/artikel terfokus pada kajian komunikasi politik kontemporer. Menjadi penulis aktif di sejumlah jurnal ilmiah, baik jurnal internasional bereputasi (Scopus) maupun jurnal yang terakreditasi Sinta 5 sampai Sinta 2. Selain itu, aktif juga sebagai pengamat komunikasi politik sebagai nara sumber di sejumlah media massa. Menjadi nara sumber aktif dalam forum kepemiluan dan diskusi publik terkhusus pada *Focus Group Discussion* (FGD) sejak 2013 hingga sekarang pada penyusunan Indeks Demokrasi Indonesia (IDI) dari Badan Pusat Statistik (BPS) Sumatera Utara. Informasi lebih lanjut tentang penulis dapat mengakses www.ananganasazhar.com atau melalui email ; ananganas@uinsu.ac.id

Tentang Editor



Evi Sakdiah lahir 15 Juli 1975 di Desa Durian, Kecamatan Medan Deras, Kabupaten Batu-bara, Sumatera Utara. Ia menamatkan Pendidikan dasarnya di kampung halamannya, setelah tamat SD 016509 dan MTs Al Munawwaroh, ia melanjutkan studi ke Pondok Pesantren Musthafawiyah, Purba Baru, Kabupaten Mandailing Natal (1995).

Setelah menyelesaikan studi di pondok pesantren, ia melanjutkan kuliah di S1 Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) (1999) dan magister pada Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam (KPI) tahun 2020, di Fakultas Dakwah Dan Komunikasi (FDK) UINSU Medan.

Sejak tahun 2023, ia menjadi dosen tetap pada Prodi KPI FDK UINSU dan aktif mengasuh mata kuliah rumpun komunikasi Islam di almamaternya. Penelitian yang pernah dilakukan editor di antaranya; “Partisipasi Komunikasi Politik Emak-Emak Dalam Meningkatkan Peran Politik Perempuan Pada Pemilu Presiden 2019 di Kota Medan” (2020). “Penerapan Dakwah Al Mujadalah *Billati Hiya Ahsan* di Kalangan LPKA I Tanjung Gusta Medan” (2024). “Keterlibatan Komunitas Dalam Diseminasi Informasi Stunting Melalui Literasi Media Di Kabupaten Nias Barat” (2024).

Sebagai dosen di almamaternya, ia juga aktif memberikan materi dalam diskusi keperempuanan. Ia juga tercatat sebagai Ketua Pimpinan Ranting Aisyiyah (PRA) Desa Medan Estate, Kecamatan Percut Sei Tua, Deliserdang, Sumatera Utara.



Mujhirul Iman, M.Pd, lahir pada 14 Juni 1986 di Medan. Ia aktif dalam bidang pendidikan dan sosial keagamaan. Ia tercatat sebagai PNS di Kementerian Agama, dan memulai pengabdian karirnya sejak tahun 2014. Ia juga mengabdikan diri sebagai dosen di Universitas Islam Negeri Sumatera

Utara (UINSU). Pengalaman mengajar di perguruan tinggi nselain UINSU, ia pernah sebagai dosen Universitas Medan Area (UMA) tahun 2021 hingga 2023. Saat ini, editor sedang menyelesaikan studi S3 pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam UIN Sumatera Utara. Sebelumnya, ia memperoleh gelar Magister dari Pasca Sarjana UINSU pada tahun 2018 dan gelar sarjana dari IAIN SU pada tahun 2009. Pendidikan formalnya dimulai dari MIN Tanjung Harapan dan berlanjut hingga menamatkan pendidikan di MAN 2 Medan pada tahun 2004.

Di samping karir akademiknya, ia aktif dalam berbagai kegiatan pendidikan, sosial dan keagamaan. Ia pernah menjadi Fasilitator Daerah (FASDA) Pembelajaran USAID Prioritas Kabupaten Serdang 2015-2017, beliau juga aktif dalam aktivitas Literasi yang tergabung dalam Forum Masyarakat Literasi Indonesia (Formalindo) Kabupaten Serdang Bedagai 2018-2022. Selain itu, Ia menjabat sebagai Bendahara LPCRPM PWM Sumut sejak tahun 2023 dan memiliki peran penting sebagai Wakil Sekretaris Umum BKPRMI Sumut sejak tahun 2022. Selain itu, beliau juga berperan sebagai Wakil Bendahara Asosiasi Yayasan Pendidikan Islam Kota Medan sejak tahun 2020 dan Wakil Bendahara FOKAL IMM Sumut sejak tahun 2024.

Ia juga aktif menulis beberapa karya ilmiah. Salah satu bukti karya itu karya buku di antaranya, *Mereduksi Traumatik: Sebuah Pendekatan dalam Mengurangi Trauma Bullying* (2024), *Diagnosis Kesulitan Belajar* (2024) dan *Membangun Pendidikan Berkualitas: Analisis dan Inovasi Kebijakan* (2024). Dan menuliskan beberapa Jurnal terindeks Sinta di antaranya: "The Role of Inclusive Education : Analysis of Effectiveness and Problems", "Penerapan Sistem Manajemen Pendidikan Berbasis Total Quality

Management (TQM) Di Lembaga Pendidikan”, Implementasi Pendidikan Islam Multikultural Di Madrasah Aliyah Negeri Dolok Masihul Serdang Bedagai”, “Metode Pengembangan Manajemen Pendidikan di SMP IT Bina Insan Batang Kuis”, "Implementasi Riset Aksi Sebagai Desain Penelitian pada Masyarakat dan Ilmu Ekonomi", The Significance of career Development for women in the contemporary Era", "Strategi Peningkatan Mutu Universitas : Studi Kasus pada Universitas Dharmawangsa " dan beberapa jurnal lainnya. Ini menunjukkan dedikasinya dalam mengatasi isu-isu pendidikan dan sosial yang penting. Beliau menikah dengan Khairina Sari, S.Pd.I dan dianugerahi empat anak: Mahib Khairil Jaza, Muhammad Khairil Mushlih, dan Huwaina Khairah Muthi'ah, serta Hilya Khairah Jauza. Mujhirul Iman dan keluarganya saat ini tinggal di Kota Medan.

Indeks

A

Akademik, xi, 17
Analisis, 15, 62, 70, 112, 113,
114, 115, 124, 167, 168, 171,
176, 177, 194, 265, 289, 312,
327
Antropologi, 33, 160

C

Citra, vii, 2, 8, 9, 13, 17, 18,
19, 21, 22, 24, 25, 26, 27, 28,
29, 34, 40, 58, 61, 70, 100,
118, 119, 131, 132, 166, 206,
354

I

Ideologi, 26, 37, 41, 44, 57,
71, 76, 83, 91, 103, 123, 126,
130, 137, 138, 151, 152, 153,
154, 157, 185, 192, 193, 206,
234, 251, 282, 299, 300, 340

K

Kandidat, 4, 25, 34, 36, 37,
38, 39, 40, 44, 55, 62, 63, 69,
70, 71, 72, 73, 75, 88, 89, 94,
95, 108, 118, 120, 123, 124,
125, 126, 127, 128, 129, 135,
162, 197, 219, 249, 264, 265,
270, 293, 295
Kapital, 72, 73, 74, 308, 310

Konformitas, 51, 53

O

Organisasi, 6, 8, 12, 19, 20,
21, 24, 27, 28, 29, 70, 89, 91,
107, 109, 111, 113, 114, 124,
127, 130, 131, 138, 151, 152,
153, 157, 168, 174, 179, 185,
188, 194, 242, 245, 246, 273,
281, 299, 300, 314, 335, 347

P

Pakar, 18, 44, 55, 56, 79, 110,
119, 151, 165, 180, 212, 216,
234
Partai, i, iii, iv, xii, 1, 5, 8, 10,
11, 12, 14, 16, 24, 32, 33, 37,
39, 41, 55, 71, 83, 89, 113,
116, 119, 120, 122, 130, 135,
139, 150, 151, 152, 153, 154,
155, 158, 167, 168, 169, 179,
182, 184, 185, 186, 188, 189,
190, 222, 233, 243, 245, 249,
253, 261, 266, 267, 271, 280,
283, 287, 293, 296, 299, 300,
314, 334, 343, 349, 351, 353,
355, 356, 357
Pencitraan, xi, xii, xiii, xiv,
xx, xxi, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9,
10, 11, 12, 14, 15, 17, 18, 19,
21, 23, 24, 25, 26, 29, 31, 32,
33, 34, 35, 36, 37, 38, 40, 41,
43, 44, 45, 54, 55, 57, 58, 59,

60, 61, 62, 63, 64, 66, 67, 69,
70, 71, 72, 73, 74, 76, 84,
111, 115, 117, 118, 119, 121,
124, 127, 128, 130, 131, 132,
134, 135, 136, 139, 143, 145,
147, 148, 149, 165, 166, 168,
171, 175, 176, 181, 194, 195,
196, 197, 198, 200, 201, 202,
203, 205, 206, 207, 208, 209,
210, 211, 212, 213, 214, 215,
217, 219, 220, 222, 226, 231,
233, 235, 236, 237, 238, 239,
241, 242, 243, 245, 246, 253,
254, 256, 257, 260, 261, 262,
263, 265, 266, 267, 268, 269,
270, 271, 272, 273, 274, 275,
278, 279, 280, 282, 283, 284,
285, 286, 287, 288, 289, 290,
296, 297, 302, 303, 305, 306,
308, 310, 312, 314, 315, 316,
317, 318, 319, 321, 322, 323,
326, 327, 328, 329, 330, 331,
332, 334, 335, 336, 337, 338,
339, 340, 343, 344, 345

Persuasi, 45

Persuasif, 39, 43, 46, 47, 49,
50, 51, 52, 54, 55, 67, 102,
115, 130, 230, 287, 331, 336

Politik, xi, xii, xiii, xiv, xix,
xx, xxi, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9,
10, 11, 12, 13, 14, 15, 18, 21,
22, 23, 24, 25, 26, 29, 30, 31,
32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39,
40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47,
54, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62,
63, 64, 66, 67, 68, 69, 70, 71,
72, 73, 74, 75, 76, 77, 80, 81,
82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89,
90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97,
98, 99, 100, 101, 102, 103,
104, 105, 106, 107, 108, 109,
110, 111, 112, 113, 114, 115,
116, 117, 118, 119, 120, 121,
122, 123, 124, 125, 126, 127,
128, 129, 130, 131, 132, 133,
134, 135, 136, 137, 138, 139,
140, 142, 143, 145, 146, 147,
148, 149, 150, 151, 152, 153,
154, 155, 156, 157, 158, 162,
165, 166, 167, 168, 171, 175,
176, 179, 180, 181, 182, 183,
184, 185, 188, 189, 190, 191,
192, 193, 194, 195, 196, 197,
198, 199, 200, 202, 203, 204,
206, 207, 208, 209, 210, 211,
212, 213, 214, 217, 218, 219,
221, 222, 228, 231, 233, 235,
236, 237, 238, 239, 240, 241,
242, 243, 244, 245, 246, 247,
253, 254, 256, 257, 260, 261,
262, 263, 264, 265, 266, 267,
268, 269, 270, 271, 272, 273,
274, 275, 278, 279, 280, 282,
283, 284, 285, 286, 287, 288,
289, 290, 291, 292, 293, 294,
295, 296, 297, 298, 299, 301,
302, 303, 307, 309, 310, 311,
312, 314, 315, 316, 317, 318,
320, 321, 322, 323, 324, 326,
327, 328, 329, 330, 331, 332,
333, 334, 335, 336, 337, 338,
339, 340, 343, 344, 345, 346,
347

Politisi, xi, xii, xiii, xiv, xx,
xxi, 3, 25, 32, 33, 36, 45, 54,
56, 58, 59, 61, 62, 63, 71, 74,
75, 76, 77, 84, 88, 90, 97,
100, 107, 117, 118, 120, 121,
133, 140, 145, 146, 148, 162,
163, 168, 194, 196, 197, 198,
210, 212, 214, 217, 218, 219,
223, 226, 228, 229, 233, 237,
245, 249, 250, 251, 256, 261,
262, 264, 265, 267, 268, 270,
271, 272, 273, 282, 285, 286,
288, 293, 294, 303, 309, 316,
320, 321, 328, 329, 331, 332,
333, 335, 336, 341, 344

Positif, xii, xx, xxi, 1, 3, 4, 5,
6, 8, 18, 25, 28, 29, 38, 46,
47, 59, 70, 84, 115, 126, 130,
132, 134, 137, 143, 167, 169,
194, 196, 205, 206, 214, 215,
216, 227, 229, 235, 239, 262,
263, 287, 291, 308, 316, 320,
325, 328, 334, 335

R

Retorika, 17, 41, 44, 46, 77,
88, 99, 166, 193, 324

S

Simbolik, 55, 78, 160, 164,
310
Sosial, 2, 9, 12, 19, 21, 23, 29,
30, 35, 38, 40, 58, 66, 67, 68,
69, 72, 73, 74, 77, 82, 83, 84,
85, 90, 91, 94, 100, 101, 103,
106, 109, 117, 119, 130, 132,
133, 134, 141, 142, 147, 158,
159, 160, 161, 164, 165, 171,
179, 184, 185, 189, 192, 196,
197, 198, 199, 201, 202, 207,
211, 212, 213, 215, 216, 219,
226, 228, 241, 250, 275, 282,
283, 284, 285, 291, 293, 296,
301, 302, 307, 308, 309, 310,
337
Sosialisasi, xiv, 24, 42, 81, 82,
83, 86, 96, 97, 106, 113, 155,
162, 200, 286, 291, 301, 302,
311, 323, 343, 345

T

Teknik, 15, 39, 49, 51, 52, 53,
54, 58, 126, 164, 167, 174,
176, 178

MARKETING POLITIK ISLAM

Menelisik Upaya Partai Politik Mencari Simpatik Masyarakat

Pada dasarnya, pemasaran politik merupakan upaya untuk memengaruhi persepsi publik melalui berbagai alat komunikasi dan strategi yang sistematis. Buku ini mengupas tuntas bagaimana partai-partai politik Islam memanfaatkan prinsip-prinsip pemasaran ini untuk membangun citra, menarik dukungan, serta memperkuat basis konstituen mereka. Dalam konteks Indonesia, di mana agama memainkan peran penting dalam kehidupan sosial dan politik, pemasaran politik Islam menjadi fenomena yang menarik untuk diteliti lebih lanjut.

Buku ini tidak hanya sekadar menyajikan teori dan konsep, tetapi juga menyoroti tantangan-tantangan yang dihadapi partai-partai politik Islam dalam praktik pemasaran politik. Penulis mengidentifikasi berbagai hambatan struktural dan kultural yang harus diatasi, serta menawarkan solusi praktis yang dapat diimplementasikan. Dengan demikian, buku ini menjadi panduan berharga bagi praktisi politik, akademisi, dan siapa saja yang tertarik dalam dinamika politik Islam di Indonesia.

REFERENSI

ISBN 978-623-408-750-5



9 786234 087505

ISBN 978-623-408-751-2 (PDF)



9 786234 087512

Harga P. Jawa Rp. 110.000,-