

**MEDIA KOMUNIKASI PARTAI KEADILAN SEJAHTERA
DALAM MEMILIH GUBERNUR MUSLIM
SUMATERA UTARA TAHUN 2018**

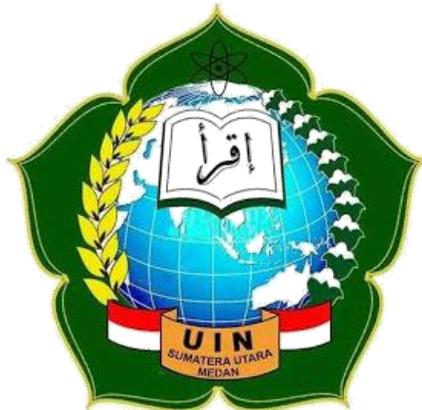
SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan
Memenuhi Syarat-Syarat Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh :

Muhammad Habibi Pohan
NIM : 11 14 3 006

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

**MEDIA KOMUNIKASI PARTAI KEADILAN SEJAHTERA
DALAM MEMILIH GUBERNUR MUSLIM
SUMATERA UTARA TAHUN 2018**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan
Memenuhi Syarat-Syarat Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh :

**Muhammad Habibi Pohan
NIM : 11 14 3 006**

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Pembimbing I

Pembimbing II

**Dr. Azhar, MA.
NIP. 19641010 199103 1 003**

**Dr. Winda Kustiawan, MA.
NIP. 19831027 201101 1 004**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**



**Media Komunikasi Partai Keadilan Sejahtera Dalam
Memilih Gubernur Muslim Sumatera Utara
Tahun 2018**

Nama : Muhammad Habibi Pohan
NIM : 11143006
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Pembimbing I : Dr. Azhar, MA.
Pembimbing II : Winda Kustiawan, MA.
Judul : Media Komunikasi Partai Keadilan Sejahtera Dalam
Memilih Gubernur Muslim Sumatera Utara Tahun 2018

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui media komunikasi yang dilakukan oleh PKS dalam memilih gubernur muslim di Sumatera Utara tahun 2018, apa saja media yang digunakan, program yang dibuat PKS dalam kampanye, lalu bagaimana keberhasilan yang dicapai PKS dalam kampanye serta faktor penghambat dan solusi bagi PKS dalam kampanye pada pemilihan gubernur tahun 2018. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa partai keadilan sejahtera menggunakan berbagai media komunikasi dalam kampanye memilih calon gubernur muslim di Sumatera Utara. Terdapat 5 media komunikasi yang dilakukan PKS dalam mengkampanyekan memilih gubernur muslim di Sumatera Utara, Pidato kampanye, membangun opini public, *flash moob*, *door to door*, dan media sosial. dengan media yang digunakan partai keadilan sejahtera ini masyarakat akan semakin mengenal calon gubernur dan memilihnya.

Dapat disimpulkan bahwa media-media komunikasi yang dilakukan partai keadilan sejahtera dianggap berhasil, melihat antusias masyarakat yang tinggi serta keunggulan perolehan suara.

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A...Latar Belakang Masalah.....	1
B... Rumusan Masalah.....	5
C... Batasan Istilah.....	5
D... Manfaat Penelitian.....	7
E... Tujuan Penelitian.....	7
F... Kegunaan Penelitian	8
G... Sistematika Pembahasan	8
BAB II :LANDASAN TEORI.....	10
A...Pengertian Komunikasi.....	10
B... Media Komunikasi.....	12
C... Teori Media Komunikasi.....	14
D...Bentuk-Bentuk Media Komunikasi	19
E... Arah Politik Partai Keadilan Sejahtera	21
F... Kajian Terdahulu.....	23
BAB III : METODE PENELITIAN.....	25
A...Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	25
B... Informan Penelitian.....	25
C... Sumber Data.....	27
D... Teknik Pengumpulan Data.....	28
E... Teknik Analisis Data.....	28
F... Teknik Keabsahan Data	30

BAB IV : HASIL PENELITIAN	31
A...Media Kampanye Partai Keadilan Sejahtera	32
B...Program kampanye Partai Keadilan Sejahtera pada Media	42
C...Keberhasilan kampanye Partai Keadilan Sejahtera Melalui Media	49
D...Faktor Penghambat dan solusi kampanye Partai Keadilan Sejahtera Melalui Media	52
BAB V PENUTUP	60
A...Kesimpulan	60
B...Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan aktivitas yang tidak terpisahkan dari keseharian manusia diberbagai bidang termasuk dalam aktivitas politik. Komunikasi memainkan peranan yang penting. Komunikasi bukan sekedar penerusan informasi dari suatu sumber kepada publik, ia lebih mudah dipahami sebagai penciptaan kembali gagasan-gagasan informasi oleh publik. Komunikasi adalah hubungan antar manusia dalam rangka mencapai saling pengertian.¹

Terdapat lima unsur penting dalam komunikasi menurut Harold Laswell yang selalu hadir dalam setiap proses komunikasi, yaitu Sumber informasi (*Encoder*), pesan yang disampaikan, media yang digunakan, penerima informasi (*Audience*), dan efek pesan. Sumber informasi adalah individu yang sedang berbicara, menulis, kelompok orang, organisasi komunikasi (surat kabar, radio, televisi, film, dan lain-lain). Pesan informasi adalah sesuatu yang disampaikan kepada penerima pesan (*Audience*) yang sesuai sasaran melalui saluran media dan menimbulkan efek pesan.

Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah, baliho, billboard, poster, pamflet, dan tabloid) atau elektronik (radio, televisi, dan internet) yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang lembagakan, yang ditujukan kepada

¹ Anwar Arifin, *Politik Pencitraan - Pencitraan Politik* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), H. 11

sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, heterogen. Dalam perkembangannya, media massa mempunyai dua pengertian, yakni dalam pengertian luas dan dalam pengertian sempit. Media massa dalam pengertian luas meliputi segala penerbitan, bahkan termasuk media massa elektronik, siaran radio dan televisi. Sedangkan pengertian sempit hanya terbatas pada media cetak, yakni surat kabar, majalah dan bulletin. Masing-masing bentuk media tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan dalam menjalankan fungsinya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi.²

Masyarakat sebagai sasaran utama dari media komunikasi ini hampir tidak pernah lepas dari penggunaan media massa baik itu televisi, koran, radio, ataupun internet. Setiap manusia hampir dapat dipastikan akan berhubungan dengan media massa. Dapat kita lihat berapa jam orang akan menonton televisi dalam satu hari, juga tinggi nya pengguna internet dimasyarakat, ini dapat dilihat dari respon masyarakat terhadap posting-posting yang menurut mereka menarik. tingginya intensitas masyarakat dalam menggunakan media seperti televisi, internet, koran, majalah akan semakin memperbesar kemungkinan berhasilnya komunikasi politik yang dilakukan PKS.

PKS yang diawali dengan terbentuknya Partai Keadilan (PK) terlahir ketika Indonesia berada dalam kondisi pasca klimaks setelah lengsernya Presiden Suharto. PK merupakan partai yang dibentuk atas prakarsa mahasiswa Muslim dan aktifisaktifis masjid yang prihatin dengan kondisi Indonesia. PK yang kemudian bertransformasi menjadi PKS merupakan partai yang tetap

² Firmanzah, *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2012), h. 229

mempertahankan Islam menjadi asas partai ditengah kemelut perpolitikan di Indonesia.

Menjelang pemilihan Gubernur Sumatera Utara, partai politik berlomba-lomba untuk memenangkan calon Gubernur pilihan mereka termasuk PKS (Partai Keadilan Sejahtera) banyak cara yang dilakukan untuk memenangkan calon yang mereka usung salah satunya dengan menggunakan media. Media merupakan unsur pokok dalam proses komunikasi. Media menjadi perantara komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Media pada dasarnya adalah segala sesuatu yang merupakan saluran dengan mana seseorang menyatakan gagasan, isi jiwa atau kesadarannya. Atau dengan kata lain, media adalah alat untuk mewujudkan gagasan manusia.³

Hubungan antara media dan politik adalah hubungan yang saling membutuhkan. Para pelaku politik membutuhkan media untuk mempublikasikan kebaikan partai politiknya atau bahkan menggunakannya sebagai tempat mengkampanyekan partai politiknya. Partai politik akan gencar memperkenalkan seorang calon kepada masyarakat agar nantinya masyarakat mau untuk memilih dan mendukungnya menjadi seorang pemimpin. Proses perkenalan calon pemimpin kepada masyarakat yang dilakukan oleh partai politik adalah salah satu wujud dari komunikasi politik.

Perkembangan teknologi, menjadikan media sebagai sebuah pilihan alat kampanye menguntungkan terutama pada partai politik yang mengusung calonnya. Karena mereka perlu menjangkau pemilih yang berada di pelosok daerah. Sebab

³ Dan Nimmo, *Komunikasi Politik; Khalayak dan Efek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), h. 108

media mempunyai kekuatan sebagai pilar keempat demokrasi sehingga mampu menyebar luaskan visi-misi calon keberbagai daerah.

Tentu saja dalam perkembangannya, banyak pihak yang terlibat dalam penggunaan media, karena dapat menciptakan *image* tertentu terhadap siapa atau apa saja, seraya memobilisir kesadaran menurut yang dikehendaknya.⁴ Hal ini dimanfaatkan pada Pilgub Sumatera Utara pada tahun 2018. Partai Keadilan Sejahtera menggunakan Media untuk memenangkan calon yang mereka usung yakni Pasangan Edy Rahmayadi dan Musa Rajakshah.

Perjuangan PKS sebagai wadah politik umat Islam merupakan salah satu hasil *ijtihad* kaum Muslimin untuk dapat turut serta dalam memperjuangkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Partai ini sepakat bahwa Islam mengatur segala aspek kehidupan manusia dan bukan sekedar urusan rohaniah.

Misi yang dibawa ini, PKS berkomitmen untuk mengkampanyekan kepada masyarakat agar memilih calon gubernur Muslim Sumatera Utara tahun 2018. Untuk mencermati dan meneliti lebih mendalam tentang bagaimana sebenarnya peran PKS dalam memenangkan pasangan ERAMAS (Edi Rahmayadi dan Musa Rajekshah) di ajang PILKADA SUMUT 2018, peneliti tertarik untuk mengangkat judul skripsi media komunikasi partai keadilan sejahtera dalam memilih Gubernur Muslim Sumatera Utara tahun 2018.

⁴ Anwar Arifin, *Politik Pencitraan - Pencitraan Politik ...* h. 10

Rumusan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan dengan terarah dan tepat sasaran, maka permasalahan harus dirumuskan dengan jelas secara terperinci. Berdasarkan judul penelitian di atas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah “Mencermati Media Komunikasi Partai Keadilan Sejahtera Dalam Memili Gubernur Muslim Sumatera Utara Tahun 2018”.

Berdasarkan perumusan diatas maka peneliti mencoba memberikan pertanyaan penelitian yang tujuannya untuk mendapatkan hasil dari perumusan masalah yang dirumuskan. Adapun pertanyaan penelitiannya adalah:

1. Apa saja jenis Media yang digunakan PKS dalam kampanye pemilihan Gubernur di Sumatera Utara tahun 2018?
2. Bagaimana program yang dibuat PKS pada media dalam kampanye pemilihan Gubernur Sumatera Utara tahun 2018 ?
3. Bagaimanakah keberhasilan yang dicapai PKS dalam kampanye melalui media pada pemilihan gubernur tahun 2018 ?
4. Apa faktor penghambat dan solusi bagi PKS dalam kampanye pada pemilihan gubernur tahun 2018 ?

Batasan Istilah

Agar penelitian ini tidak terlalu melebar dan mengaburkan penelitian maka penulis membuat pembatasan masalah penelitian sebagai berikut: “Penelitian ini

bersifat mengkaji lebih dalam media komunikasi partai keadilan sejahtera dalam memilih Gubernur Muslim Sumatera Utara Tahun 2018”

Komunikasi menurut Everett M. Rogers sebagai berikut : “komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Dengan demikian ada dua faktor penting komunikasi dikatakan efektif, yaitu : Sama makna dan pemahaman antara komunikator dan komunikan tentang hal yang dibicarakan dan Komunikan mau melaksanakan apa yang disampaikan.

Media komunikasi adalah adalah suatu alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Dalam hal ini media komunikasi PKS dimaksud adalah segala alat atau sarana yang digunakan untuk memberi pemahaman kepada masyarakat tentang pemilihan Gubernur Sumatera Utara tahun 2018.

Partai Keadilan Sejahtera (PKS) merupakan salah satu partai politik berbasis Islam yang ada di Indonesia. Sebagai partai politik nasional sudah tentu PKS mempunyai Pimpinan wilayah, salah satunya di Sumatera Utara.

Pemilihan Gubernur adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat di provinsi dan Kabupaten Kota untuk memilih Gubernur dan Bupati/Walikota berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Dalam penelitian ini, pemilihan Gubernur yang dimaksud adalah wilayah Sumatera Utara yang diikuti oleh 2 pasang calon yakni Edi Rahmayadi – Musa Rajekshah dan Djarot Saiful Hidayat – Sihar Sitorus. Dalam pemilihan ini,

PKS mendukung pasangan Edi Rahmayadi dan Musa Rajekshah sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur Sumatera Utara.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini, ialah :

1. Untuk mengetahui apa saja media komunikasi yang dilakukan PKS dalam mengkampanyekan memilih Gubernur Muslim di Sumatera Utara.
2. Untuk mengetahui apa saja program yang dibuat PKS pada media dalam kampanye pemilihan Gubernur di Sumatera Utara.
3. Untuk mengetahui keberhasilan yang dicapai PKS dalam kampanye pemilihan Gubernur melalui media di Sumatera Utara.
4. Untuk mengetahui hambatan bagi PKS dalam kampanye pemilihan Gubernur Sumatera Utara.

Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang dihasilkan dari penulisan skripsi ini, yaitu:

1. Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman dan kemampuan berfikir secara akademis dalam melihat suksesi politik dan strategi politik dalam ranah politik praktis.
2. Menambah khasanah ilmu pengetahuan, terutama dibidang politik dan khususnya mengenai partai politik dan strategi suksesi calon kepala pemerintahan.

3. Sebagai literatur yang baru bagi daftar kepustakaan untuk yang tertarik dan konsentrasi dengan bidang dan permasalahan yang serupa

Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini untuk mengetahui cara-cara dan perkembangan perpolitikan yang digunakan dalam metode dakwah Islam untuk memenangkan pasangan yang berstatus muslim menjadi pemimpin di Sumatera Utara sebagai Gubernur dengan mencermati media komunikasi politik dari Partai Keadilan Sejahtera yang berbasis Islam di Indonesia khususnya Provinsi Sumatera Utara yang merupakan bagian dari gerakan Ikhwanul Muslimin di Mesir yang mempunyai persamaan dan kesamaan dalam bentuk politik Islam dengan cara dakwah Tarbiyah mengikuti jejak Rasulullah SAW.

G. Sistematika Pembahasan

Bab I Pendahuluan, yang menerangkan tentang: latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kegunaan penelitian, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II Gambaran umum terkait media komunikasi, Teori-teori media komunikasi. Serta arah politik partai keadilan sejahtera.

Bab III Media komunikasi partai keadilan sejahtera, menerangkan: pengertian partai politik Islam, sejarah partai politik Islam, pengertian media

komunikasi, problematika partai politik Islam dan strategi komunikasi politik partai keadilan sejahtera.

Bab IV Hasil penelitian menerangkan tentang gambaran partai keadilan sejahtera, arah politik, dasar pemikiran, tujuan serta program kerjanya. Menggambarkan tentang media yang digunakan dalam berkampanye, kemudian program kampanye, keberhasilan serta penghambat dan solusi yang ditemui partai keadilan sejahtera selama berkampanye memilih calon Gubernur Muslim.

Bab V Penutup, menerangkan: kesimpulan dan saran-saran.

Daftar pustaka

Daftar wawancara.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna. Menurut Carl I. Hovland, Ilmu komunikasi adalah: upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. Secara terminologi komunikasi adalah : (*Communication, is the whole process used to reach other minds*) seluruh proses yang dipergunakan untuk mencapai pikiran-pikiran orang lain. Longman *Dictionary of Contemporary English* memberikan definisi kata *communicate* sebagai upaya untuk membuat pendapat, menyatakan perasaan, menyampaikan informasi dan sebagainya agar diketahui atau dipahami oleh orang lain (*to make opinios, information etc, kown or understood by other*).¹

Komunikasi dalam situasi tertentu menggunakan media untuk mencapai sasaran yang jauh atau banyak jumlahnya. Dalam situasi tertentu pula komunikasi dimaksudkan atau ditujukan untuk merubah sikap, pendapat atau tingkah laku seseorang atau sejumlah orang sehingga ada efek tertentu yang diharapkan. Menurut Onong U. Effendy beliau mengemukakan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau

¹ Onong U. Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003), h. 399.

mengubah sikap, pendapat atau perilaku baik secara lisan maupun tidak langsung melalui media.²

Sedangkan menurut Joseph A. Devito komunikasi adalah sebuah tindakan untuk berbagi informasi, gagasan, atau pendapat dari setiap partisipan komunikasi yang terlibat di dalamnya guna mencapai kesamaan makna.³ Komunikasi merupakan suatu tindakan yang memungkinkan kita mampu menerima dan memberikan informasi atau pesan sesuai dengan apa yang kita butuhkan. Komunikasi yang tidak menginginkan efektivitas merupakan komunikasi yang tidak bertujuan. Efek dalam komunikasi adalah perubahan yang terjadi pada diri penerima atau komunikan, sebagai akibat pesan yang diterima baik secara langsung maupun tidak langsung.

Dedi Mulyana dalam buku *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* komunikasi sebagai kegiatan satu arah yang dirumuskan. Beberapa ahli memberikan pengertian komunikasi, sebagai berikut:

- a) Bernard Berelson dan Garry A. Seiner: komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik, dan sebagainya. Tindakan transmisi itulah yang tindakan transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi.
- b) Gerald R. Miller: komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk menerima perilaku penerima .

² *Ibid.* h. 5.

³ Joseph A. Devito, *Komunikasi Antar Manusia*, (Jakarta: Profesional Book, 1997), h. 23.

- c) Everett M. Roger: komunikasi adalah suatu proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.
- d) Raymond R. Ross: Komunikasi (intensional) adalah suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respon dari fikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator.
- e) Harold Lasswell: Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut: *who says what in wich Chanel towhom with what effect?* Atau siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana ?

B. Pengertian Media Komunikasi

Komunikasi adalah proses yang menyangkut hubungan manusia dengan lingkungan sekitarnya. Tanpa komunikasi manusia jadi terpisah dari lingkungan. Namun tanpa lingkungan komunikasi menjadi kegiatan yang tidak relevan. Dengan kata lain manusia berkomunikasi karena perlu mengadakan hubungan dengan lingkungannya. Dalam berkomunikasi manusia tentunya memerlukan media komunikasi.

Media komunikasi adalah semua sarana yang dipergunakan untuk memproduksi, mereproduksi, mendistribusikan atau menyebarkan dan menyampaikan informasi. Media komunikasi sangat berperan dalam kehidupan masyarakat. Proses pengiriman informasi di zaman keemasan ini sangat canggih. Teknologi telekomunikasi paling

dicari untuk menyampaikan atau mengirimkan informasi ataupun berita karena teknologi telekomunikasi semakin berkembang, semakin cepat, tepat, akurat, mudah, murah, efektif dan efisien. Berbagi informasi antar Benua dan Negara di belahan dunia manapun semakin mudah.⁴

Karakteristik Media Komunikasi Dalam penyampaian informasi, dikenal dua saluran komunikasi, personal dan non personal, atau media massa.

a. Saluran Komunikasi Personal

Saluran komunikasi ini baik yang langsung maupun kelompok bersifat lebih persuasif dibandingkan dengan media massa. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor:

- 1) Penyampaian pesan bisa dilakukan secara langsung pada khalayak yang dituju, bersifat pribadi dan manusiawi.
- 2) Dapat dilakukan secara lebih terperinci dan lebih fleksibel disesuaikan dengan situasi dan kondisi nyata.
- 3) Keterlibatan khalayak dalam proses komunikasi cukup tinggi.
- 4) Komunikator atau sumber dapat langsung mengetahui reaksi, umpan balik dan tanggapan dari khalayak atas isi pesan yang disampaikannya.

⁴ James W. Tankard, *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*, (Jakarta : Kencana, 2009). h. 4

5) Komunikator atau sumber dapat segera memberikan penjelasan apabila terdapat kesalahpahaman atau kesalahan persepsi dari pihak yang menerima pesan atau khalayak atas pesan yang disampaikannya.⁵

Saluran komunikasi melalui personal ini dinilai efektif dengan dampak yang menyertainya bukan hanya kognitif dan afektif tetapi juga hingga konatif atau perilaku.

b. Saluran Komunikasi Media Massa

Model saluran ini memiliki daya jangkau khalayak yang luas, bahkan tidak terbatas dengan kemampuannya yang cepat. Media massa dalam hal ini tidak terbatas hanya pada surat kabar, televisi, radio, tetapi juga berbagai media lain, seperti billboard, leaflet, booklets, dan lainnya. Media dapat menentukan sampai tidaknya suatu pesan yang disampaikan kepada target audience. Media merupakan bagian terpenting dalam periklanan. Media berhubungan langsung dengan konsumen dari berbagai dimensi Psikografi dan Demografi. Pesan yang disampaikan dapat berjalan dengan efektif dan efisien apabila media yang dipilih sesuai dengan target audiencenya. Dampak pesan yang disampaikan melalui saluran ini hanya menyentuh aspek kognitif. Berikut adalah perbedaan antara saluran komunikasi personal dengan saluran media massa.

C. Teori Media Komunikasi

1. Teori Kegunaan dan Kepuasan (*Uses And Gratifications*)

⁵ Gerbner Dalam James W. Tankard, *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*..... h. 9

Teori ini mengasumsikan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan sebuah media. Dalam teori uses and gratifications ditekankan bahwa pengguna aktif untuk menentukan media mana yang harus dipilih untuk memuaskan kebutuhannya. pengguna mempunyai kebebasan bagaimana mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya. Upaya yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan sangat bergantung pada tersedia atau tidaknya media dan kemudahan memanfaatkannya. Kita bisa memahami interaksi orang dengan media oleh orang itu (*uses*) dan kepuasan yang diperoleh (*gratification*). Khalayak aktif memilih media karena masing-masing pengguna berbeda tingkat pemanfaatan medianya

Pada dasarnya terdapat lima asumsi dari teori uses and gratification yang dikemukakan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch, yaitu:

1. Khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan.
2. Inisiatif dalam menghubungkan kepuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu terdapat pada anggota khalayak.
3. Media berkompetisi dengan sumber lainnya untuk kepuasan kebutuhan.
4. Orang mempunyai cukup kesadaran diri akan penggunaan media mereka, minat, dan motif sehingga dapat memberikan sebuah gambaran yang akurat mengenai kegunaan tersebut.
5. Penilaian mengenai nilai isi media hanya dapat dinilai oleh khalayak.⁶

⁶ Syukur Kholil, *Komunikasi Islam* (Bandung: Citapustaka, 2007) h. 37-38

2. Teori Spiral Keheningan (*Spiral of Silence Theory*)

Teori ini beranggapan bahwa peran media massa yang sangat kuat sebagai pembentuk opini dari yang kemudian disepakati sebagai opini dari kelompok mayoritas. Kajian Noelle Neumann ini menitikberatkan peran opini dalam interaksi sosial. Sebagaimana kita ketahui, opini publik sebagai sebuah isu kontroversial akan berkembang pesat saat dikemukakan melalui media massa. Ini berarti opini publik juga dibentuk, disusun dan dikurangi oleh pesan media massa. Opini yang berkembang dalam kelompok mayoritas dan kecenderungan seseorang untuk diam karena dia berasal dari kelompok minoritas juga dipengaruhi oleh peran dari media massa. Selain media massa, opini publik juga dapat terbentuk dari interaksi masyarakat itu sendiri atau dari *opinion leader* (terutama bagi masyarakat pedesaan).⁷ Dengan demikian, ada beberapa hal yang perlu kita catat sebagai asumsi ketika muncul berbagai opini di tengah masyarakat dalam kaitannya dengan sebuah peristiwa, yakni bahwa :

- a. Individu memiliki opini tentang berbagai isu akan tetapi, ketakutan akan terisolasi menentukan apakah individu itu akan mengekspresikan opini-opininya secara umum. Untuk meminimalkan kemungkinan terisolasi, individu-individu itu mencari dukungan bagi opini mereka dari lingkungannya, terutama dari media massa.

⁷ James W. Tankard, *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa...* h. 268

- b. Media massa – dengan bias kekiri-kirian mereka – memberikan interpretasi yang salah pada individu-individu itu tentang perbedaan yang sebenarnya dalam opini publik pada berbagai isu. Media mendukung opini-opini kelompok kiri dan biasanya menggambarkan kelompok tersebut dalam posisi yang dominan.
- c. Sebagai akibatnya, individu-individu itu mungkin mengira apa yang sesungguhnya posisi mayoritas sebagai opini suatu kelompok minoritas. Dengan berlalunya waktu, maka lebih banyak orang akan percaya pada opini yang tidak didukung oleh media massa itu, dan mereka tidak lagi mengekspresikan pandangan mereka secara umum karena takut akan terisolasi.
- d. Selama waktu tersebut, karena ‘mayoritas yang bisu’ tetap diam, ide minoritas mendominasi diskusi. Yang terjadi kemudian, apa yang pada mulanya menjadi opini minoritas, di kemudian hari dapat menjadi dominan. Begitu pula sebaliknya.

3. Teori Jarum Suntik

Teori Jarum Hipodermik (*Hypodermic Needle Model*) berkembang di sekitar tahun 1930 hingga 1940an. Dan ini merupakan teori media massa pertama yang ada. Teori ini mengasumsikan bahwa komunikator yakni media massa digambarkan lebih pintar dan juga lebih segalanya dari audience. Audience disini sifatnya benar-benar rentan terhadap pesan-pesan komunikasi maasa. Oleh karenanya, audiens bisa dikelabui, ditundukkan, bahkan bisa dibentuk dengan cara apapun yang dikehendaki

media. Jason dan Anne Hill (1997) menyatakan bahwa media massa dalam teori jarum hipodermik ini mempunyai efek langsung “disuntikkan” kedalam ketidaksadaran audience. Apabila pesan “Tepat sasaran” ia akan mendapat efek yang diinginkan.⁸

Teori ini memiliki banyak istilah lain, biasa kita sebut *Hypodermic needle* (teori jarum suntik), *transmission belt theory* (teori sabuk transmisi), dan *Bullet Theory* (teori peluru) yang diibaratkan seperti isi senapan (peluru) yang tepat sasaran ketika ditembakkan tanpa perlu adanya perantara. Media massa merupakan gambaran dari jarum raksasa yang menyuntik audience yang pasif. Pada umumnya khalayak dianggap hanya sekumpulan orang yang homogen dan mudah dipengaruhi. Sehingga, pesan-pesan yang disampaikan pada mereka akan selalu diterima, bahwa media secara langsung dan cepat memiliki efek yang kuat terhadap komunikan.

Dari sini kita ketahui bahwa teori jarum hipodermik adalah Sebuah teori media yang memiliki dampak yang kuat terhadap audiencenya sehingga tak jarang menimbulkan sebuah budaya baru dan penyaampiannya secara langsung dari komunikator yakni media kepada komunikan (audience). Dari uraian tersebut diatas, dapat diambil contoh pada iklan air mineral yang bermerek Aqua. Dimana pada saat produk air mineral ini dipublikasikan, secara langsung bisa mempengaruhi asumsi khalayak bahwasanya air mineral itu adalah aqua. Sehingga sampai saat ini aqua

⁸ Syukur Kholil, *Teori Komunikasi Massa*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2011), hlm.99

sudah terdoktrin di ingatan khalayak. Walaupun sudah banyak merek-merek air mineral yang bermunculan.

Pada dasarnya setiap theory mempunyai kekuatan dan juga kelemahan. Dan tentunya beberapa teori tersebut hanya bisa berkembang di masanya dan juga mengalami penyempurnaan seperti teori ini yang juga mengalami perkembangan dari awal munculnya,

a) Kekuatan teori jarum hipodermik

1. Media memiliki peranan yang kuat dan dapat mempengaruhi afektif, kognisi dan behaviour dari audiencenya.
2. Pemerintah atau penguasa dalam hal ini dapat memanfaatkan media untuk kepentingannya. Audience akan dapat lebih mudah dipengaruhi.
3. Pesannya lebih mudah dipahami.
4. Sedikit kontrol karena masyarakat masih dalam kondisi homogen.

b) Kelemahan teori jarum hipodermik

1. Keberadaan masyarakat yang tak lagi homogen dapat mengikis teori ini
2. Tingkat pendidikan masyarakat yang semakin meningkat
3. Meningkatnya jumlah media massa sehingga masyarakat menentukan pilihan yang menarik bagi dirinya
4. Adanya peran kelompok yang juga menjadi dasar audience untuk menerima pesan dari media tersebut.

D. Bentuk-Bentuk Media Komunikasi

1. Media Komunikasi Berdasarkan Fungsinya

- a. *Fungsi produksi*: media komunikasi yang bermanfaat sebagai penghasil berbagai macam informasi, contohnya: komputer/PC pengolah kata (word processor)

- b. *Fungsi reproduksi*: media komunikasi yang bermanfaat untuk mencetak ulang dan menggandakan informasi, contohnya: audio tapes recorder serta video tape.
- c. *Fungsi penyampaian informasi*: media komunikasi yang berdaya guna untuk dipakai menyebarluaskan serta menyampaikan pesan kepada komunikan yang menjadi sasarannya, contohnya: Handphone, telephone, faximile, dan lain sebagainya.⁹

2. Media Komunikasi Berdasarkan Bentuknya

- a. *Media cetak*: merupakan berbagai macam barang yang dicetak dan bisa dipakai sebagai sarana untuk menyampaikan suatu pesan informasi, seperti: surat kabar/koran, brosur, buletin, dan lain sebagainya.
- b. *Media audio*: merupakan suatu bentuk media komunikasi yang penerimaan informasinya hanya dapat tersampaikan melalui indra pendengaran, contohnya: radio
- c. *Media visual*: merupakan suatu bentuk media komunikasi yang penerimaan pesan informasinya hanya dapat tersampaikan melalui indra penglihatan, contohnya: foto
- d. *Media audio visual*: merupakan suatu bentuk media komunikasi yang dapat dilihat sekaligus didengar, jadi untuk mengakses pesan informasi yang

⁹ Diah Wardhani, *Media Relation : Sarana Membangun Reputasi Organisasi*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 25

disampaikan memakai indra penglihatan dan juga indra pendengaran, contohnya: televisi, video

E. Arah Politik Partai Keadilan Sejahtera

Adapun penjelasan mengenai arah politik Partai Keadilan Sejahtera, sebagai berikut:

Pertama, Pemikiran tentang Nasionalisme. Nasionalisme adalah semangat kebangsaan dan perasaan kebangsaan, yaitu semangat atau perasaan cinta terhadap bangsa dan Tanah Air melebihi apapun juga.¹⁰ Dengan kata lain, nasionalisme adalah faham yang menempatkan kecintaan terhadap Tanah Air, bangsa, serta negara di atas segalanya.

Selain pernyataan beberapa tokoh PKS (Partai Keadilan Sejahtera) di Indonesia, sikap dan dukungan PKS terhadap nasionalisme juga dapat dilihat dari visi-misi partai, tujuan partai, dan juga program kerja partai. dalam AD-ART (Anggaran Dasar–Anggaran Rumah Tangga) PKS, pasal 5, dijelaskan bahwa tujuan partai adalah:

1. Terwujudnya citacita nasional bangsa Indonesia, sebagaimana dimaksud dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dan

¹⁰<http://www.artikelsiana.com/2015/01/pengertian-nasionalisme-para-ahli-definisi.html>, diakses di Medan, Indonesia Kamis 3 Januari 2019, Pukul: 11.17 Wib.

2. Terwujudnya masyarakat *madani* yang adil dan sejahtera yang diridhai Allah *Subhanahu Wa-Ta'ala* dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia.¹¹

Nasionalisme PKS di Indonesia, dengan demikian, mengakomodir nilai-nilai Islam dalam visi, misi, dan tujuan partai tersebut demi terwujudnya masyarakat *madani* yang adil dan sejahtera yang diridhai Allah SWT (*Subhanahu Wa-Ta'ala*) dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia, sebagaimana yang dicitakan oleh Islam sebagai agama *rahmatan lil 'alamin*, dengan menanamkan objektifikasi nilai-nilai Islam.¹²

Kedua, Pemikiran tentang Demokrasi. Demokrasi adalah bentuk pemerintahan, yang semua warga negaranya memiliki hak setara dalam pengambilan keputusan, yang dapat mengubah hidup mereka. Demokrasi mengizinkan warga negara berpartisipasi – baik secara langsung atau melalui perwakilan – dalam perumusan, pengembangan, dan pembuatan hukum.¹³

Selanjutnya, Mahfudz Siddiq memaparkan keterkaitan PKS (Partai Keadilan Sejahtera) dengan demokrasi di Indonesia, sebagai berikut: Di sebagian kalangan, ketika Islam politik ini tampil selalu dipersepsi sebagai antitesa demokrasi atau sesuatu yang berbeda. Yang menarik justru dalam konteks Gerakan *Tarbiyah* dan

¹¹ MPP (Majelis Pertimbangan Partai), *Memperjuangkan Masyarakat Madani*, (Jakarta: MPP PKS (Majelis Pertimbangan Partai, Partai Keadilan Sejahtera, 2008), h. 590.

¹² Muhammad Ihsan, "*Nasionalisme dalam Pandangan Politik Partai Keadilan Sejahtera*", (Yogyakarta: Skripsi Program Studi Jinayah Siyasah, Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga, 2009), h. 107.

¹³ <http://id.wikipedia.org/wiki/Demokrasi>, diakses di Medan, Indonesia: Kamis. 3 Januari 2019, Pukul: 11.23 Wib.

PKS, kesadaran dan pemahaman yang terbangun adalah demokrasi. Hal ini bisa menjadi jalan bagi perjuangan Islam dan prinsip-prinsip demokrasi ini sebagiannya adalah sejalan dengan nilai Islam.

Jadi, perspektif ini muncul sejak awal, PK(S) malah menunjukkan diri sebagai kekuatan unsur demokrasi. Tentu saja demokrasi yang memiliki warna, nilai, dan pemikiran Islam. Dalam praktik politiknya, kita harus berjuang meyakinkan bahwa Partai Keadilan adalah partai yang perspektif awalnya menganut demokrasi sebagai jalan perjuangan, dan dalam dirinya pun melekat nilai-nilai demokratis.¹⁴

Ketiga, Pemikiran tentang Negara Islam dan Khilafah. Pembahasan mengenai Negara Islam dan *khilafah* merupakan perkara yang menarik ketika mengkaji sebuah gerakan Islam. Sudah menjadi hal umum bahwa setiap gerakan Islam selalu memiliki pandangan tersendiri terhadap kedua konsep tersebut. Tak jarang diantara sesama gerakan Islam tersebut memiliki pandangan yang berbeda tentang penting atau tidaknya eksistensi sebuah negara Islam dan *khilafah*.

F. Kajian Terdahulu

Penelitian terkait media komunikasi Partai Politik yang pernah dilakukan adalah penelitian Desertasi Dr. Muhammad Husni Ritonga yang berjudul Komunikasi politik Partai Keadilan Sejahtera Dalam pemberdayaan masyarakat Muslim di Sumatera Utara. Dr. Husni pada penelitiannya fokus kepada komunikasi politik yang dilakukan PKS dalam memberdayakan masyarakat dengan program-program yang

¹⁴ Yon Machmudi, *Partai Keadilan Sejahtera: Wajah Baru Islam Politik Indonesia*, (Bandung: Harakatuna, 2006), h. 103.

diluncurkan PKS kepada masyarakat, pada penelitiannya beliau menggunakan metode Kualitatif dalam mengumpulkan data. Hasil dari penelitian beliau bahwa PKS menggunakan berbagai macam model komunikasi politik dalam mensejahterakan masyarakat, diantaranya dengan program-program pembinaan seperti Qurban, Perlombaan kitab Kuning, Lomba-lomba di masyarakat, dan Lainnya.

Sedangkan penelitian skripsi ini berkonsentrasi terhadap media yang digunakan PKS dalam mengkampanyekan memilih gubernur Muslim di Sumatera utara juga program-program PKS dalam kampanye, serta mencari soslusi dari masalah yang ditemui oleh PKS dilapangan dalam melaksanakan kampanye memilih Gubernur Muslim. Media dimaksud adalah media sosial, media cetak dan lainnya yang dapat dijangkau oleh masyarakat luas. Sehingga ditemukan perbedaan antara kedua penelitian ini, Dr. Husni Ritonga dalam penelitiannya berkonsentrasi terhadap pembinaan masyarakat yang dilakukan PKS sedangkan penelitian ini, berkonsentrasi mengangkat media yang PKS gunakan dalam kampanye.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini pada dasarnya adalah penelitian lapangan (*field research*), artinya penelitian dengan mengumpulkan data dari lapangan, menggambarkan dan menguraikan keadaan sebenarnya terjadi berdasarkan fakta yang disebut juga dengan penelitian kualitatif. Pada dasarnya pendekatan kualitatif adalah suatu pendekatan yang mengarah kepada keadaan yang secara utuh pokok kajiannya yang disederhanakan pada variabel yang telah ditata atau hipotesis yang telah direncanakan sebelumnya.¹ Sehingga pendekatan ini diharapkan temuan-temuan empiris dapat dideskripsikan secara lebih rinci, lebih jelas dan lebih akurat. Sehingga menciptakan konsep yang baru dari konsep-konsep yang telah ada secara rasionalitas, dan dari pengamatan di lapangan dapat menganalisisnya dan berupaya melakukan teorisasi berdasarkan apa yang di amati.

B. Informan Penelitian

Dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, tetapi oleh Spradley dinamakan “*social situation*” atau situasi sosial yang terdiri atas 3 elemen yaitu: tempat (*place*), pelaku (*actor*), dan aktifitas (*actifity*) yang berinteraksi secara

¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), h. 5.

sinergis.² Dari uraian Spradley ini, pelaku (*actor*) dapat dikatakan sebagai informan dalam penelitian ini.

Penelitian ini memiliki populasi di Wilayah Sumatera Utara, terdiri dari 33 kabupaten dan kota. Mulai dari kabupaten Asahan, Batubara, Dairi, Deli Serdang, Humbang Hasundutan, Karo, Labuhanbatu, Labuhanbatu Utara, Labuhanbatu Selatan, Langkat, Mandailing Natal, Nias, Nias Barat, Nias Selatan, Nias Utara, Padang Lawas, Padang Lawas Utara, Pakpak Bharat, Samosir, Serdang Bedagai, Simalungun, Tapanuli Selatan, Tapanuli Utara, Tapanuli Tengah, Toba Samosir, Binjai, Gunung Sitoli, Medan, Padang Sidempuan, Pematang Siantar, Sibolga, Tanjungbalai, Tebing Tinggi.

Peneliti mengambil sampel hanya di Kota Medan mengingat kantor pimpinan Wilayah berada di kota Medan, dan segala bentuk media kampanye politik dimusyawarahkan dengan para pimpinan juga masyarakatnya yang lebih beragam sehingga media komunikasi yang digunakan juga beragam. Maka peneliti memilih untuk mengambil sampel di kota Medan.

Informan dalam penelitian kualitatif ada yang disebut dengan informan awal, yakni orang yang pertama kali memberi informasi ketika peneliti melakukan peninjauan awal penelitian. Kemudian ada informan kunci, yakni orang yang bisa dikategorikan paling banyak mengetahui, menguasai informasi atau untuk menjawab

² Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Publik Relation dan Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h. 7.

permasalahan penelitian. Kemudian ada yang disebut dengan informan pangkal, yakni sebutan kepada orang yang pertama kali diwawancarai ketika peneliti melakukan teknik *snowball* (wawancara dari satu informan bergulir ke yang lain).³

Adapun informan dalam penelitian ini adalah orang-orang yang dipilih, yang mana mereka bisa memberikan informasi akurat dan aktual, sehingga membantu proses penelitian ini, di antaranya:

1. Ketua PKS Sumatera Utara (Muhammad Hafez)
2. Sekretaris Wilayah PKS Sumatera Utara (Abdul Rahim Siregar)
3. Staf Sekretariat Wilayah PKS Sumatera Utara (Abdullah)
4. Bidang Koordinasi Hubungan Masyarakat (Juanda Sukma)

Alasan memilih Ketua dan sekretaris PKS Sumatera Utara sebagai informan penelitian peneliti karena program-program kampanye pemilihan Gubernur Sumatera Utara tahun 2018 disusun dan dimusyawarahkan oleh para pengurus wilayah Partai pengusung calon Gubernur. Sehingga media-media yang dimiliki oleh PKS pun akan bergerak maksimal atas arahan dari ketua dan Sekretaris Wilayah.

C. Sumber Data

Penentuan sumber data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu atau narasumber telah ditentukan sebelumnya.⁴ Terdapat dua sumber data yaitu : Sumber

³ Hamidi, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Malang: UMM Press, cet. 2, 2010), h. 60.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Jakarta: Alfabeta, 2011), h.

data primer, yaitu sumber data utama atau pokok yang peneliti peroleh secara langsung. Adapun yang menjadi sumber data atau narasumber adalah ketua PKS Sumatera Utara, Sekretaris Wilayah PKS Sumatera utara.

Sumber data sekunder yaitu sumber data pendukung yang peneliti dari literatur, buku-buku, internet dan lainnya yang memiliki kaitan dengan penelitian ini.

D. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dari penelitian ini adalah :

1. Wawancara, yaitu mengadakan serangkaian tanya jawab yang bersumber dari informan penelitian. Bentuk wawancara yang dilakukan adalah wawancara terbuka yang mendorong informan untuk bicara yang seluas-luasnya⁵. Cara yang dilakukan peneliti adalah mengajukan pertanyaan sifatnya semi terstruktur. Selain itu juga wawancara dengan menanyakan langsung masalah-masalah yang berkaitan dengan objek penelitian.

2. Dokumentasi, yaitu mengumpulkan dokumen-dokumen berupa gambar, data, foto serta surat yang berkaitan dengan objek penelitian.

E. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data yang terkumpul dari hasil interview dan observasi peneliti mengadaptasi teknik analisis data kualitatif yang disarankan oleh Miles dan Huberman. Menurut Miles dan Huberman, menjelaskan bahwa teknik analisis data dalam penelitian kualitatif meliputi tiga jenis aktivitas yaitu, reduksi data, model data

⁵ Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani , *metodologi penelitian kualitatif* , (Bandung: pustaka setia, 2009), h. 192

(*display data*) dan verifikasi atau menarik kesimpulan.⁶ Proses penelitian ini mengandung tiga komponen diantaranya:

1. Reduksi data

Menurut Mathew B.M dan A.M Hubberman, reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan finalnya dapat ditarik dan diferifikasi.⁷

2. Penyajian data

Dalam hal ini Mathew B.M dan A.M Huberman membatasi suatu “penyajian” sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.⁸

3. Verifikasi atau menarik kesimpulan

Verifikasi adalah suatu tinjauan ulang pada catatan-catatan peninjauan kembali serta tukar pikiran diantara teman sejawat untuk mengembangkan kesepakatan *intersubjektif*, atau juga upaya-upaya luas untuk menempatkan salinan suatu temuan dalam seperangkat data yang lain.⁹

⁶ Lexy Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif.....*, h. 190

⁷ Mathew B.M dan A.M Hubberman, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: UI Press, 1992), h.

⁸ *Ibid.*, h. 17

⁹ *Ibid.*, h. 19

Setelah data yang dibutuhkan terkumpul, maka selanjutnya dilakukan teknik analisis data dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, adapun yang dimaksud dengan metode kualitatif deskriptif yakni memaparkan hasil penelitian sesuai dengan fakta yang terhimpun dan apa adanya. Artinya peneliti berupaya menggambarkan kembali data-data yang terkumpul mengenai Media komunikasi Partai Keadilan Sejahtera dalam mengkampanyekan memilih Gubernur Muslim di Sumatera Utara.

F. Teknik Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian sering hanya ditekankan pada uji validitas dan reabilitas. Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti.¹⁰

Triangulasi metode yaitu pengecekan tingkat kepercayaan dan kesahan data dengan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang berbeda, dan atau pengecekan kepada beberapa sumber data dengan metode yang sama. Sedangkan triangulasi teori ialah membandingkan berbagai pandangan teori tentang suatu fenomena, sehingga data dapat digali lebih dalam dan lebih akurat dan terpercaya.

Dalam pengujian kredibilitas triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu.¹¹ Dengan demikian dapat dirincikan triangulasi ada tiga, yaitu: triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu.

¹⁰ Sugiyono, *Metodologi*, h. 269.

¹¹ Sugiyono, *Metodologi*, h. 273.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Media Kampanye Partai Keadilan Sejahtera (PKS)

Partai Keadilan Sejahtera merupakan partai yang mengklaim dirinya sebagai partai dakwah. Pencitraan diri PKS sebagai partai dakwah merupakan bentuk perwujudan dari partai yang berasaskan dan berideologikan Islam. Karena itu, maka media komunikasi politik PKS dalam memilih Gubernur Sumatera Utara adalah bercorak dakwah. Dilihat dari sisi proses, dakwah pada dasarnya merupakan usaha transformasi sosial yang bergerak di antara keharusan ajaran dan kenyataan masyarakat yang menjadi obyek utamanya. Karena itu, dakwah sejatinya dilakukan dengan senantiasa mempertimbangkan aspek aspek kultural, selain aspek ajaran yang menjadi substansi informasi dalam proses tersebut. Dimensi politik, baik menyangkut pesan maupun lingkungan dimana dakwah dijalankan, juga merupakan bagian yang tidak bisa dipisahkan dari kegiatan dakwah.¹

Pendekatan dakwah dalam media komunikasi politik PKS ini dapat dipahami mengingat fungsi dakwah sebagai saluran akulturasi ajaran agama dalam tataran kehidupan masyarakat, senantiasa bersentuhan dan bergumul dengan gerak masyarakat yang mengitarinya.² Guna mencapai tujuan jangka panjang dan menengah, partai politik membutuhkan strategi yang bersifat jangka panjang maupun

¹ Muhtadi, Asep Saiful, *Komunikasi Politik Indonesia: Dinamika Islam Politik Pasca Orde Baru*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008) h. 119.

² Wawancara dengan Abdul Rahim Siregar Sekretaris DPW PKS Sumatera Utara 11 Februari 2019

jangka menengah. Begitu juga dengan PKS Sumatera Utara, mempunyai komunikasi politik yang bersifat jangka panjang dan menengah.

Menurut Firmanzah komunikasi politik partai dapat dibedakan dalam beberapa hal. Pertama, komunikasi yang terkait dengan penggalangan dan mobilisasi massa dalam pembentukan opini publik ataupun selama periode pemilihan umum. Komunikasi ini penting dilakukan untuk memenangkan perolehan suara yang mendukung kemenangan suatu partai politik. Kedua, komunikasi partai politik untuk berkoalisi dengan partai lain. Ketiga, komunikasi partai politik dalam mengembangkan dan memberdayakan organisasi politik secara keseluruhan. Komunikasi-komunikasi tersebut merupakan sarana untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.³

Menurut Abdul Rahim Siregar selaku Sekretaris DPW PKS Sumatera Utara.

PKS memiliki program tahunan untuk dijalankan oleh para elit diatas dan para kader dilapangan, program tahunan tersebut selanjutnya di bagi menjadi empat item dalam satu periode pertama tahun konsolidasi partai, kedua tahun pembinaan, ketiga tahun perluasan jaringan dan penokohan, keempat tahun pemenangan pemilu, kelima tahun evaluasi. Program ini dibuat oleh para petinggi partai PKS dan disebarkan kepada para kader yang berada dilapangan untuk dijalankan secara bersama-sama. Apalagi ditahun-tahun politik seperti 2018 kemarin yang pemilihan Gubernur Sumut dan ditahun ini yang ada pemilihan Presiden.⁴

Sedangkan menurut Ketua Dpw PKS Sumatera Utara bapak Hafez.

Program-program PKS telah diatur dan di musyawarahkan pada rapat tahunan para ketua diwilayah yang dilaksanakan di gedung DPP PKS program-program ini meliputi tahun Konsolidasi Partai, tahun pembinaan, tahun perluasan jaringan dan

³ Firmanzah, *Marketing Politik; Antara Pemahaman dan Realitas*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2008) h. 109.

⁴ Wawancara dengan Abdul Rahim Siregar Sekretaris DPW PKS Sumatera Utara 11 Februari 2019

penokohan atau menaikkan elektabilitas, tahun pemenangan pemilu dan tahun evaluasi. Walaupun dikatakan tahun namun bukan berarti pelaksanaannya harus dilakukan setahun sekali, namun berjalan sesuai waktu dan kondisinya, mungkin waktu paling panjang dibutuhkan oleh tahun perluasan jaringan dan penokohan karena ini meliputi wilayah yang luas dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap suatu tokoh. Program-program ini juga dapat berkembang menjadi program lainnya tergantung dari situasi dan kondisi di masing-masing wilayah contohnya Sumut yang 2018 kemarin melaksanakan pemilihan Gubernur, pelaksanaan program ini disesuaikan dengan apa yang dibutuhkan disumut, tokoh kah, perluasan jaringan, poltik atau lainnya.⁵

Program-program tahunan PKS ini memiliki keunggulan tersendiri yakni bersifat flexibel tergantung dari wilayah masing-masing, artinya penyesuaian program dapat dilakukan oleh DPW dengan berkoordinasi kepada DPP dalam hal pengambilan keputusan politik, atau pencalonan tokoh. Karena PKS yang sedari awal komitmen dengan keputusan untuk mengusung calon yang mereka anggap layak dan bisa mewakili suara rakyat khususnya muslim.

Menurut bapak Abdul Rahim tentang menyikapi program tahunan ke empat yakni tahun politik di Sumatera Utara.

Program yang dijalankan pada tahun politik seperti 2018 lalu ada 4 program yaitu PKS Mendengar, PKS Mengajak, PKS Berbicara, dan PKS Menang. Program ini sebutan untuk program kecil lainnya di tengah masyarakat nantinya yang akan dilaksanakan oleh kader-kader partai PKS dilapangan dan juga para petinggi partai kesemuanya berintegrasi untuk mencapai tujuan politik yakni memenangkan pemilu di Sumatera Utara.⁶

Sedangkan menurut Bapak Hafez.

Benar sekali bahwa program tahunan tahun politik itu memiliki 4 program penggerak lainnya yaitu PKS mendengar, PKS mengajak, PKS berbicara dan PKS

⁵ Hasil wawancara dengan Muhammad Hafez Ketua Umum DPW PKS Sumut, pada tanggal 13 Februari 2019

⁶ Wawancara dengan Abdul Rahim Siregar Sekretaris DPW PKS Sumatera Utara 11 Februari 2019

menang. Keempat program ini yang menjadi platform kerja kader dilapangan dan para petinggi di wilayah untuk sama-sama mencapai yaitu PKS menang.

Program PKS inilah yang nantinya berkembang menjadi media komunikasi politik PKS dalam memenangkan pemilu di Sumatera Utara. PKS mendengar, yaitu kader PKS turun ke bawah dalam artian terjun langsung ke masyarakat untuk mendengar aspirasi, apa yang dikeluhkan dan diinginkan oleh masyarakat. PKS mendengar ini merupakan sarana komunikasi partai dengan masyarakat atau konstituen langsung dari rumah ke rumah atau disebut komunikasi *door to door*.⁷

Kedua, PKS mengajak. Karena PKS tidak mungkin menangani semua permasalahan dan tuntutan yang ada di masyarakat, maka PKS mengajak orang-orang atau pihak-pihak yang bisa diajak bekerja sama untuk membantu mengatasi permasalahan yang ada di tengah masyarakat. Ketiga, PKS berbicara. Berbicara kepada masyarakat dengan berdasarkan platform partai sebagai tindak lanjut dari PKS mengajak. Keempat, PKS menang. Artinya dari program-program yang telah dilakukan oleh kader PKS di tengah-tengah masyarakat, maka diharapkan terwujudnya simpati masyarakat.

Menurut Bapak Abdul Rahim selaku sekretaris mengenai media komunikasi yang digunakan PKS.

Media komunikasi yang digunakan PKS dalam mensosialisasikan memilih gubernur muslim di Sumatera Utara pada kampanye tahun 2018 diantaranya itu pidato di lapangan terbuka, membangun opini publik, flash mob, dan door to door. Media komunikasi ini dijalankan oleh kader-kader PKS diseluruh Indonesia untuk

⁷ Hasil wawancara dengan Muhammad Hafez Ketua Umum DPW PKS Sumut, pada tanggal 13 Februari 2019

menarik pemilih dan mengkampanyekan calon kepala daerah yang diusung PKS. Dapat kita lihat di partai-partai lain ada ditemukan kadernya melakukan flash moob atau datang kerumah-rumah menanyakan permasalahan secara langsung ini semua dilakukan oleh kader-kader PKS dilapangan.⁸

Sedangkan menurut Bapak Hafez tentang media komunikasi PKS.

Media yang digunakan PKS dalam berkampanye memilih calon gubernur Muslim ini unik-unik dan menarik selain media mainstream seperti kampanye dilapangan terbuka, PKS memiliki media door to door, flash moob, dan penggunaan media sosial. saya katakan ini unik karena tidak ditemukan di partai lain yang melaksanakan kampanye unik seperti ini bahkan di daerah Stabat, kabupaten Langkat disana para akhwat atau perempuan-perempuannya melakukan rujuk party, membuat rujuk lalu dibagikan ke orang-orang, inikan menarik dan menimbulkan simpati masyarakat terhadap PKS.⁹

Komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh para kader PKS merupakan bentuk komunikasi langsung kepada masyarakat dengan cara *door to door*. Komunikasi interpersonal merupakan proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau lebih dalam sebuah kelompok kecil dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika.¹⁰ Adapun fungsi-fungsi komunikasi antarpribadi adalah fungsi sosial dan fungsi pengambilan keputusan. Sebagai fungsi sosial, komunikasi antarpribadi ini mencakup tiga aspek yaitu: Pertama, manusia berkomunikasi untuk mempertemukan kebutuhan biologis dan psikologis; kedua, manusia berkomunikasi untuk memenuhi kewajiban sosial; ketiga, manusia berkomunikasi untuk mengembangkan hubungan timbal balik; keempat, manusia berkomunikasi untuk meningkatkan dan merawat kualitas diri sendiri.

⁸ Wawancara dengan Abdul Rahim Siregar Sekretaris DPW PKS Sumatera Utara 11 Februari 2019

⁹ Hasil wawancara dengan Muhammad Hafez Ketua Umum DPW PKS Sumut, pada tanggal 13 Februari 2019

¹⁰ Joseph A. Devito, *Komunikasi Antara Manusia*. (Edisi terjemahan oleh Agus Maulana), (Jakarta: Profesional Books, 1997) h. 4.

Dengan pendekatan komunikasi personal, kader-kader PKS bisa langsung mengetahui respon balik dari masyarakat. Menurut Aubrey Fisher umumnya konseptualisasi tentang umpan balik adalah pesan balik yang disampaikan penerima kepada sumber, respons penerima kepada pesan sumber yang semula. Umpan balik, katanya, merupakan perbedaan antara komunikasi satu arah dan dua arah, perbedaan yang akan terus dipandang tidak penting dalam memahami fenomena komunikasi manusia. Keberhasilan komunikasi ini akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau respon nonverbal dari masyarakat. Komunikasi antarpribadi sangat potensial untuk mempengaruhi atau membujuk orang lain, karena dalam komunikasi baik komunikator maupun komunikan dapat menggunakan kelima alat indera untuk mempertinggi daya persuasif pesan yang disampaikannya.

Komunikasi politik yang kedua adalah komunikasi publik yang dilakukan oleh caleg PKS dalam bentuk pidato kampanye di lapangan terbuka atau dialog. Kegiatan para calon anggota legislatif maupun para kader dari PKS Sumut ketika berdialog dengan warga yang jumlahnya relatif banyak bertujuan untuk memberi informasi dan membujuk. Para caleg dan kader memberi informasi tentang visi misi dan program-program partai kepada masyarakat agar masyarakat mengenal dan selanjutnya bisa dibujuk atau dipersuasi agar bisa mau memilih pemimpin muslim.

Ketiga komunikasi politik pada masa kampanye oleh PKS Sumut adalah membangun opini publik (pendapat umum) melalui media massa. Menurut Hafied Cangara, pendapat umum adalah gabungan pendapat perseorangan mengenai suatu isu yang dapat memengaruhi orang lain,serta memungkinkan seseorang dapat

mempengaruhi pendapat-pendapat tersebut. Ini berarti pendapat umum hanya terbentuk kalau menjadi pembicaraan umum, atau jika banyak orang penting (*elite*) mengemukakan pendapat mereka tentang suatu isu sehingga bisa menimbulkan pro atau kontra dikalangan masyarakat.

1. Pidato Kampanye di Lapangan Terbuka

Komunikasi publik yang dilakukan oleh caleg PKS dalam bentuk pidato kampanye di lapangan terbuka atau dialog dengan masyarakat yang diikuti sekitar 200 sampai 300 orang. Media diskusi publik seperti ini sangat berguna untuk mensosialisaikan pasangan calon gubernur ditengah-tengah masyarakat. Bentuk dialog ini bisa dikategorikan sebagai bentuk komunikasi publik atau penyebaran informasi dari satu orang kepada banyak orang. Menurut Richard West dan Lynn H. Turner dalam berbicara di depan publik, para pembicara biasanya memiliki tiga tujuan utama dalam benak mereka: pertama, memberi informasi; kedua, menghibur; dan ketiga, membujuk. Kegiatan para calon anggota legislatif maupun para kader dari PKS Sumut ketika berdialog dengan warga yang jumlahnya relatif banyak bertujuan untuk memberi informasi dan membujuk. Para kader memberi informasi tentang visi misi dan program-program partai kepada masyarakat agar masyarakat mengenal dan selanjutnya bisa dibujuk atau dipersuasi agar memilih calon gubernur Muslim di Sumatera Utara tahun 2018.¹¹

2. Membangun Opini Publik

¹¹ Richard West, Turner H. Lynn, *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi* (Edisi terjemahan oleh Maria Natalia Damayanti Maer), (Jakarta: Salemba Humanika, 2009) h. 40.

Media komunikasi politik pada masa kampanye oleh PKS Sumut adalah membangun opini publik (pendapat umum) melalui media massa. Seperti Instagram, Facebook dan Youtube, media massa seperti ini sangat menguntungkan untuk sebuah partai yang ingin mensosialisasikan calon gubernur yang diusung kepada masyarakat. Penggunaan media sosial ini dinilai sangat efektif mengingat semakin tingginya penggunaan masyarakat terhadap media sosial. ini terbukti dengan antusias masyarakat yang secara sukarela mengkampanyekan Gubernur Muslim di Sumatera utara dengan foto menggunakan symbol 1 jari, simbol satu jari ini pertama kali dipopulerkan oleh kader-kader PKS untuk mengkampanyekan pilihan Gubernur pasangan nomor urut 01 yakni Edy Rahmayadi dan Musa Rajekshah. Dengan begitu pendapat umum masyarakat akan semakin terbentuk untuk memilih calon gubernur muslim nomor urut 01. Sedangkan Menurut Hafied Cangara, pendapat umum adalah gabungan pendapat perseorangan mengenai suatu isu yang dapat memengaruhi orang lain, serta memungkinkan seseorang dapat mempengaruhi pendapat-pendapat tersebut. Ini berarti pendapat umum hanya terbentuk kalau menjadi pembicaraan umum, atau jika banyak orang penting (*elite*) mengemukakan pendapat mereka tentang suatu isu sehingga bisa menimbulkan pro atau kontra dikalangan masyarakat.¹²

Media massa merupakan wahana komunikasi yang dapat menembus batas ruang dan waktu. Bahkan Marshall McLuhan dalam Sendjaja, mengatakan bahwa media komunikasi modern ini memungkinkan jutaan orang diseluruh dunia untuk

¹² Hafied Cangara, *Komunikasi Politik; Konsep, Teori, dan Strategi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009) h. 158.

dapat berhubungan dengan hampir setiap sudut dunia. Penggunaan media massa ini mampu menyampaikan dan mengenalkan visi-misi dan program kepartaian PKS Sumut kepada masyarakat umum secara luas.¹³

Penggunaan media massa oleh partai politik karena bentuk komunikasi ini mempunyai fungsi persuasif. Persuasi bisa datang dalam berbagai bentuk; pertama, mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan, atau nilai seseorang; kedua, mengubah sikap, kepercayaan, atau nilai seseorang; ketiga, menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu; dan keempat, memperkenalkan etika, atau menawarkan sistem nilai tertentu. Fungsi persuasif dari media massa tersebut diharapkan oleh PKS untuk dapat mengukuhkan dan memperkuat sikap dan pandangan partai agar bisa mengubah sikap masyarakat terhadap PKS untuk selanjutnya menggerakkan masyarakat umum dalam memilih pemimpin.¹⁴

Peran media dalam komunikasi politik sangatlah penting, hampir tidak ada satupun partai politik yang tidak menggunakan media dalam sosialisasi dan mensosialisasikan program partainya. Berbagai partai politik, biaya dan anggaran terbesarnya banyak dialokasikan untuk belanja iklan di media. Karena media dianggap sebagai sarana yang efektif dan massif dalam menginformasikan dan memperkenalkan suatu partai berikut program programnya. Selain visi misi partai, tentunya sosok personal dan para kader PKS Sumut dari masing-masing partai banyak bermunculan dan menghiasi wajah media massa baik cetak maupun

¹³ Sasa Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Pusat Penerbit Universitas Terbuka, 2004) h. 51.

¹⁴ Joseph A., *Komunikasi Antara Manusia*,.... h. 123.

elektronik. Pentingnya partai politik melakukan komunikasi melalui media karena komunikasi massa mempunyai beberapa ciri; pertama, komunikasi massa diarahkan kepada audiens yang relatif besar, heterogen, dan anonim. Kedua, pesan-pesan yang disebarkan secara umum, sering dijadwalkan untuk bisa mencapai sebanyak mungkin khalayak secara serempak dan sifatnya sementara. Ketiga, komunikator cenderung berada atau beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar.¹⁵

3. Flash Moob

Media yang digunakan PKS adalah Flash Moob atau kampanye turun kejalan dengan membuat gerakan seperti tarian secara bersama-sama. Flash moob ini sering dilakukan dalam even-even besar seperti Olimpiade, Asian Games atau kampanye. Flash moob yang dilakukan oleh kader PKS ini bertujuan untuk menarik simpati masyarakat terhadap pilihan yang diusung PKS, sasaran utama dari media ini adalah anak-anak muda. Dengan menggunakan media seperti ini diharapkan anak-anak muda lebih tertarik sebab gaya yang menarik dan mengikuti perkembangan zaman. Kegiatan flash moob ini juga sering diikuti dengan kegiatan Rujak Party, sehabis kegiatan Flash moob para kader PKS akan berkeliling membagi-bagikan rujak kepada para pengunjung yang hadir.

4. Door to Door

¹⁵ Werner J. Severin, dan Junior James W. Tankard, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa*. (Edisi terjemahan oleh Sugeng Harianto), (Jakarta: Kencana, 2005) h. 4.

Media kampanye Door to door yakni media kampanye yang dilakukan oleh kader PKS dengan mendatangi rumah warga satu persatu, bercengkrama dengan warga sambil mensosialisasikan memilih gubernur muslim. Para kader PKS yang datang kerumah warga biasanya membawa makanan seperti nasi goreng, atau lauk pauk kepada keluarga yang didatangi selain untuk bersosialisasi PKS juga bertujuan membantu sesama. Media komunikasi ini dirasa paling efektif oleh para kader PKS karena mereka merasakan dan melihat secara langsung kondisi di rumah masyarakat dan apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh masyarakat, media komunikasi ini membuat partai tau apa program kedepan yang harus dilakukan oleh para pemimpin maupun wakil rakyat.

5. Media Sosial

Media komunikasi ini juga dianggap penting mengingat perkembangan zaman yang semakin maju, serta konsumsi masyarakat terhadap media sosial yang tinggi bahkan sampai bisa dikatakan setiap pemuda sekarang memiliki media sosial seperti facebook, instagram, twitter dan lainnya. Hal ini disadari oleh PKS selaku partai yang banyak digandrungi anak muda untuk melakukan kampanye dengan menggunakan media sosial sebagai media komunikasi mereka. Postingan-postingan yang diupload oleh akun media sosial PKS bertujuan untuk memperkenalkan kepada masyarakat tentang PKS dan memjual program-program PKS kepada masyarakat, atau media sosial ini digunakan untuk mengajak masyarakat agar mau memilih pemimpin yang diusung oleh PKS.

B. Program Kampanye PKS Pada Media

Peran media dalam komunikasi politik sangatlah penting, hampir tidak ada satupun partai politik yang tidak menggunakan media dalam sosialisasi dan mensosialisasikan program partainya. Berbagai partai politik, biaya dan anggaran terbesarnya banyak dialokasikan untuk belanja iklan di media. Karena media dianggap sebagai sarana yang efektif dan massif dalam menginformasikan dan memperkenalkan suatu partai berikut program programnya. Selain visi misi partai, tentunya sosok personal caleg-caleg dan para kader PKS Sumut dari masing-masing partai banyak bermunculan dan menghiasi wajah media massa baik cetak maupun elektronik. Pentingnya partai politik melakukan komunikasi melalui media karena komunikasi massa mempunyai beberapa ciri; pertama, komunikasi massa diarahkan kepada audiens yang relatif besar, heterogen, dan anonim. Kedua, pesan-pesan yang disebarkan secara umum, sering dijadwalkan untuk bisa mencapai sebanyak mungkin khalayak secara serempak dan sifatnya sementara. Ketiga, komunikator cenderung berada atau beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar.

Peran media massa dalam mempengaruhi khayalak tidak diragukan lagi, bahkan pada masa-masa awal perkembangan teori komunikasi massa, pengaruh media massa sangat kuat dan dominan sampai akhirnya muncul teori-teori baru yang mematahkan asumsi bahwa khalayak tak berdaya seperti teori peluru. Dalam konteks pemberdayaan masyarakat muslim di Sumatera Utara, media massa tetap mempunyai peran penting dalam sosialisasi program partai dan pengenalan para caleg dari partai

politik. Peran media massa seperti ini diakui oleh PKS, karenanya PKS tetap menggunakan media massa dalam strategi komunikasi politik partai.

Sebagai bentuk kepedulian PKS dalam membangun masyarakat yang berkeadilan dan berkesejahteraan serta sesuai dengan mottonya yaitu “berkhidmat untuk masyarakat” maka PKS mencanangkan program-program kerja yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi masyarakatnya masing-masing. Menurut bapak Hafez mengenai program kampanye melalui media.

Secara garis besar program yang telah dicanangkan dan dilaksanakan itu Rumah Cerdas, Rumah Sehat, Rumah Peduli, Rumah Siaga dan Tanggap Bencana, Rumah Keluarga Indonesia, Rumah Aspirasi, Rumah Konsultasi Syari’ah, dan Rumah Dakwah. Semua program inilah yang kita upload ke Media, mau media cetak, atau media sosial, tujuannya agar masyarakat melihat apa yang telah dilakukan PKS.¹⁶

Sedangkan menurut bapak Abdul Rahim.

Program kampanye kita melalui media sebenarnya lebih mengarah kepada promosi kegiatan kita dimasyarakat lalu kita post di media sosial, tujuannya agar masyarakat luas lebih mengetahui PKS dan lebih simpati kepada PKS sehingga timbul keinginan untuk bergabung bersama PKS dan mempercayakan amanah kepada PKS. Tentunya ini akan lebih bermanfaat dibandingkan kita hanya post janji politik PKS saja, karena masyarakat juga perlu tindakan secara langsung.¹⁷

Program kampanye PKS melalui media ini menjadi daya jual tersendiri dimasyarakat, penilaian masyarakat terhadap PKS akan semakin baik karena banyak berbuat terhadap masyarakat seperti.

¹⁶ Hasil wawancara dengan Muhammad Hafez Ketua Umum DPW PKS Sumut, pada tanggal 13 Februari 2019.

¹⁷ Wawancara dengan Abdul Rahim Siregar Sekretaris DPW PKS Sumatera Utara 11 Februari 2019

1. Program Rumah Cerdas: program ini bertujuan untuk mencerdaskan masyarakat muslim dengan memberi peluang kepada siapa saja yang ingin menambah wawasan ataupun pengetahuannya dari berbagai aspek ilmu pengetahuan. Program Rumah Cerdas ini adalah merupakan program turunan yang telah di canangkan oleh DPP PKS pusat, sehingga pengurus partai di bawahnya secara otomatis melaksanakan program tersebut sebagai amanat partai. DPW PKS Sumatera Utara menterjemahkan Program Rumah Cerdas dalam aspek pendidikan melaksanakan perlombaan membaca kitab kuning. Safari Dakwah di Tebing Tinggi dan Lubuk Pakam. pelatihan desain grafis di MediaCom Binjai dan masih banyak lagi.

2. Program Rumah Sehat: Program ini bertujuan agar terwujudnya kesehatan nasional yang mampu menjamin kesehatan seluruh individu dan keluarga Indonesia, membina pola pikir, sikap dan perilaku masyarakat, mengoptimalkan tumbuh kembang generasi, menuju bangsa yang kuat. Kegiatan yang telah dilaksanakan berupa Sosialisai Gerakan Masyarakat Sehat (Germas) di aula SIT Al-Fitiyah, Binjai, pelaksanaan imunisasi gratis di posyandu-posyandu daerah Sumatera Utara, dan lain sebagainya.

3. Program Rumah Peduli: Rumah peduli merupakan program yang bertujuan untuk menampung berbagai macam masalah yang terjadi di masyarakat terkait mengenai sarana dan prasarana publik atau lain sebagainya. Kemudian PKS Sumatera Utara melakukan pemberdayaan dan pembelaan kepada masyarakat bekerjasama

dengan lembaga-lembaga terkait untuk menjalankan aspirasi masyarakat, guna membantu membangun infrastruktur terkait penyelesaian masalah.

4. Rumah Siaga dan Tanggap Bencana: Kegiatan yang telah dilaksanakan berupa; kemanusiaan PKS untuk membantu masyarakat-masyarakat yang terkena bencana, musibah, bantuan kemanusiaan, santunan kepada anak yatim yang kurang mampu, masyarakat miskin dan lain sebagainya. Strategi pelaksanaan berupa penggalangan dana, infaq masyarakat, sedekah dan lain sebagainya untuk yang kemudian didonasikan bagi korban bencana alam ataupun musibah, dan lain sebagainya. Kegiatan yang telah dilaksanakan berupa; melakukan kunjungan ke Panti Asuhan Al Washliyah Medan Johor, penggalangan infaq untuk saudara-saudara Palestina/Al-Quds, mendirikan Posko Korban Gempa Pidie Jaya, Aceh dan masih banyak lagi.

5. Program Rumah Keluarga Indonesia: Keluarga merupakan komunitas terkecil dalam negeri ini tetapi mempunyai peran besar bagi bangsa menciptakan generasi yang baik untuk masa depan. Dengan adanya program ini PKS Sumatera Utara memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi keluarga muslim yang menginginkan nasehat keluarga sakinah ataupun masalah-masalah dalam keluarga, maka bisa langsung di komunikasikan dengan PKS Sumatera Utara, sehingga dengan adanya program ini keluarga bisa menjadi pionir terdepan dalam membangun bangsa yang baik.

6. Program Rumah Aspirasi: Merupakan program yang bertujuan untuk menampung segala keluhan kesah yang terjadi di masyarakat. Setelah masalahnya ditemukan baru kemudian di cari pemecahan dan jalan keluar dari masalahnya

dengan melakukan diskusi terbuka dengan masyarakat lalu di komunikasikan dengan pihak-pihak terkait agar segera diselesaikan permasalahannya. Menurut Abdullah Kader DPW PKS Sumatera Utara bahkan sampai kepada kader-kader yang di bawah menerima dengan sangat terbuka berbagai macam keluhan yang terjadi di masyarakat, karena memang dengan adanya program Rumah Aspirasi ini PKS bisa lebih dekat dengan masyarakat dan masyarakat bisa percaya bahwa PKS bisa menjadi penghubung antara masyarakat dengan pemerintah.¹⁸

7. Program Rumah Konsultasi Syari'ah: Program ini merupakan program keenam dari beberapa program unggulan PKS Sumatera Utara. Program ini hanya diperuntukkan khusus pemberdayaan agama masyarakat muslim yang sekiranya memiliki permasalahan dalam agama, maka dengan adanya program ini umat Islam yang memiliki kendala dalam kehidupan beragama bisa langsung ditanyakan kepada para kader-kader yang paham tentang agama ataupun kepada pemuka agama di PKS. Komunikasi bisa disampaikan secara *face to face* (tatap muka) atau dengan melalui media komunikasi telepon, pesan, media sosial dan lain sebagainya.

8. Program Rumah Dakwah: Partai Keadilan Sejahtera merupakan partai dengan basic dakwahnya, maka tak heran bagi kita jika program Rumah Dakwah ini termasuk program unggulan yang sangat kental dengan konteks Partai Keadilan Sejahtera. Jika kita dibuat sebuah skema maka Rumah Dakwah ini merupakan program utama yang meliputi seluruh program kerja PKS. Kegiatan yang telah

¹⁸ Wawancara dengan Abdullah Staf Sekretariat DPW PKS Sumut, pada tanggal 11 Februari 2019.

dilakukan berupa) safari dakwah di Tebing Tinggi dan Lubuk Pakam dan lain sebagainya.

Komunikasi politik PKS Sumut terjadi dalam lingkup organisasi politik, di mana komunikasi tersebut mempertukarkan pesan-pesan politik baik pesan verbal maupun nonverbal. Komunikasi terjadi pada kegiatan-kegiatan kepartaian yang dilaksanakan oleh PKS Sumut seperti; Musyawarah wilayah, Rapat kerja wilayah dan Rapat koordinasi wilayah. Dalam komunikasi politik melalui kegiatan tersebut, keterbukaan ideologi disampaikan PKS Sumut melalui pidato, serta arahan. Pada komunikasi politik melalui beberapa kegiatan tersebut, keterbukaan ideologi merupakan salah satu strategi partai untuk memperoleh konstituen yang lebih luas serta meningkatkan konsolidasi di tingkat internal dan eksternal partai, serta terciptanya citra partai yang inklusif, partisipasi politik serta rekrutmen politik.¹⁹

Program-program ini dikampanyekan PKS melalui media sosial yang dimiliki oleh PKS, seperti instagram, twitter, facebook, maupun youtube channel PKS. Dilihat dari sisi proses, dakwah pada dasarnya merupakan usaha transformasi sosial yang bergerak di antara keharusan ajaran dan kenyataan masyarakat yang menjadi obyek utamanya. Karena itu, dakwah sejatinya dilakukan dengan senantiasa mempertimbangkan aspek aspek kultural, selain aspek ajaran yang menjadi substansi informasi dalam proses tersebut. Dimensi politik, baik menyangkut pesan maupun lingkungan dimana dakwah dijalankan, juga merupakan bagian yang tidak bisa

¹⁹ Wawancara dengan Muhammad Hafez Ketua umum DPW PKS Sumut, 13 Februari 2019

dipisahkan dari kegiatan dakwah.²⁰ Pendekatan dakwah dalam media komunikasi politik PKS ini dapat dipahami mengingat fungsi dakwah sebagai saluran akulturasi ajaran agama dalam tataran kehidupan masyarakat, senantiasa bersentuhan dan bergumul dengan gerak masyarakat yang mengitarinya.²¹

Menyikapi dalam berbagai penggunaan media yang tengah berkembang dimasyarakat PKS Sumatera Utara juga tidak tertinggal akan informasi yang sedang berkembang. PKS memberikan kepada masyarakat keterbukaan informasi berbagai macam kegiatan yang dapat diakses dengan mudah hanya dengan melalui gadget (gawai).

Menurut Abdullah, PKS tidak secara masif dalam penggunaan media. Penggunaan media yang masif merupakan hanya sebagai bentuk komunikasi tambahan untuk memberikan pengenalan PKS kepada masyarakat. Hal yang terpenting adalah PKS sebagai basic partai dakwah yang mampu mencetak kader-kader yang handal dari berbagai latar belakang kemampuan dan kemahiran yang saling bertaut memberdayakan masyarakat untuk kemajuan bangsa dan negara. Kalau kita mampu menciptakan kader-kader yang kuat prinsipnya, maka kader tersebut merupakan juga sebagai media yang sangat masif untuk memberdayakan umat.²²

Penggunaan media ini baik dalam bentuk iklan, berita, dialog interaktif, maupun bentuk komunikasi lainnya, adalah lebih ditujukan untuk menjaga memori

²⁰ Muhtadi, Asep Saiful, *Komunikasi Politik Indonesia: Dinamika Islam Politik Pasca Orde Baru*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008) h. 119.

²¹ Wawancara dengan Abdul Rahim Siregar Sekretaris DPW PKS Sumatera Utara 11 Februari 2019

²² Wawancara dengan Abdullah Staf Sekretariat DPW PKS Sumut, pada tanggal 11 Februari 2019.

masyarakat (agar tidak lupa) terhadap program-program kerja PKS yang telah dilakukan selama hampir empat tahun sebelum pemilu. Komunikasi politik PKS dalam pemberdayaan masyarakat muslim di Sumatera Utara ini memang tidak hanya bertumpu pada penggunaan media menjelang pemilu saja, sebagaimana dilakukan oleh partai politik lainnya tetapi lebih pada program-program partai yang berkesinambungan. Karena PKS Sumut yakin masyarakat bisa mencermati mana partai yang bekerja untuk rakyat dan mana yang tidak. Masyarakat yang pernah bersinggungan dengan program-program kerja PKS selama inilah yang nantinya akan menjadi suara potensial bagi PKS. Jadi, agar kerja PKS yang selama ini sudah banyak dilakukan tidak sia-sia atau dilupakan masyarakat.

C. Keberhasilan Kampanye Partai Keadilan Sejahtera Melalui Media

Sejak PKS memutuskan untuk berkoalisi dengan Gerindra dalam pemilihan umum Gubernur Sumatera Utara tahun 2018 yang lalu, maupun koalisi Gerindra PKS di Jakarta. Masyarakat mulai melihat PKS sebagai partai yang konsisten mendukung kepala daerah yang dicalonkan Ulama, ini menjadikan PKS memiliki nilai jual tersendiri ditengah-tengah masyarakat ditambah dengan semakin banyak nya para pemuda yang mulai berhijrah, suara mereka cenderung ke PKS sebab kajian-kajian yang mereka ikuti banyak dilaksanakan oleh PKS.²³

Kampanye politik Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dianggap cukup baik karena dari kegiatan kampanye tersebut pada tahun 2018 PKS bersama dengan partai koalisinya yaitu Gerindra mampu memenangkan Edy Rahmayadi dan Musa Rajakshah menuju kursi gubernur Sumatera Utara. Seperti yang telah dijelaskan pada sebelumnya bahwa PKS tidak terlalu massif menggunakan media dalam

²³ Wawancara dengan Muhammad Hafez , Ketua Umum DPW PKS Sumatera Utara pada Tanggal 13 Februari 2019

memenangkan kampanye politik akan tetapi bagaimana penggunaan metode dalam mengkampanyekan calonnya itulah yang terpenting. Karena bisa saja meskipun medianya sangat berkompeten, besar, dan mahal sekalipun tapi jika tidak mampu menjangkau rakyat dari mulai rakyat keatas sampai ke bawah bahwa kampanye melalui media mainstream bisa dianggap gagal.

Akan tetapi semua faktor kemenangan ini bukan mutlak dari bagaimana PKS secara massif mengkampanyekan pasangan calonnya, tetapi karena didukung juga dengan berbagai program-program dari PKS sehingga dari program-program tersebut masyarakat bisa memanfaatkan berbagai fasilitas yang ada sesuai dengan keperluan mereka, sesuai dengan motto PKS “berkhidmat untuk rakyat”. Menurut bapak Hafez tentang keberhasilan kampanye PKS melalui media.

Keberhasilan PKS bisa kita lihat dari banyak nya orang yang buat atau repost tentang foto pakai simbol 1 jari atau antusias masyarakat ikut flash moob yang dibuat ketika hari minggu, belum lagi ustadz-ustadz berpengaruh yang ikut kampanye memilih gubernur Muslim di Sumatera Utara semakin banyaknya masyarakat yang mengikuti ustadz maka semakin banyak masyarakat yang memilih apa yang dipilih oleh ustadz mereka.²⁴

Sedangkan menurut Abdul Rohim mengenai keberhasilan PKS kampanye melalui media.

Keberhasilan PKS kampanye melalui media ini dikarenakan kesadaran para pemuda dan akhwat kader PKS yang ikut dengan pengajian yang dipelopori PKS merepost dan menyebarkan postingan-postingan dakwah yang bersifat mencerdaskan masyarakat misalnya postingan mengenai memilih pemimpin yang sesuai dengan Al-

²⁴ Wawancara dengan Muhammad Hafez, Ketua Umum DPW PKS Sumatera Utara pada Tanggal 13 Februari 2019

Qur'an. Semakin banyak orang yang menyebarkan postingan PKS di media maka semakin banyak orang yang melihat.²⁵

Menyikapi dalam berbagai penggunaan media yang tengah berkembang dimasyarakat PKS Sumatera Utara juga tidak tertinggal akan informasi yang sedang berkembang. PKS memberikan kepada masyarakat keterbukaan informasi berbagai macam kegiatan yang dapat diakses dengan mudah hanya dengan melalui gadget (gawai).

Keberhasilan PKS dalam kampanye memilih calon Gubernur Muslim di Sumatera Utara dinilai dari antusiasme masyarakat ikut dalam menyebarkan konten-konten kampanye yang diprakarsai oleh PKS melalui media sosial seperti foto dengan simbol 1 jari ini menandakan bahwa kampanye PKS berhasil melalui media. Kampanye ini dinilai berhasil juga karena dukungan dari ustadz-ustadz terkenal di Indonesia ikut melakukan ajakan kepada masyarakat Sumatera Utara untuk memilih Gubernur Muslim tahun 2018, para ustadz yang memang sedang populer di media sosial dimanfaatkan oleh kader-kader IT PKS dengan menyebarkanluaskannya, sehingga semakin sering masyarakat mendengar dan melihatnya.

Menurut Abdullah, PKS tidak secara masif dalam penggunaan media. Penggunaan media yang masif merupakan hanya sebagai bentuk komunikasi tambahan untuk memberikan pengenalan PKS kepada masyarakat. Hal yang terpenting adalah PKS sebagai basic partai dakwah yang mampu mencetak kader-kader yang handal dari berbagai latar belakang kemampuan dan kemahiran yang

²⁵ Wawancara dengan Abdul Rahim Siregar Sekretaris DPW PKS Sumatera Utara 11 Februari 2019

saling bertaut memberdayakan masyarakat untuk kemajuan bangsa dan negara. Kalau kita mampu menciptakan kader-kader yang kuat prinsipnya, maka kader tersebut merupakan juga sebagai media yang sangat masif untuk memberdayakan umat.²⁶

D. Faktor Penghambat dan Solusi Kampanye PKS Melalui Media

Komunikasi merupakan kebutuhan yang utama ketika kita melakukan interaksi dengan masyarakat, terlebih komunikasi yang kita lakukan bertujuan untuk melakukan pemberdayaan masyarakat dari kondisi yang tidak baik menjadi baik dan dari kondisi yang baik kepada yang lebih baik. Banyak hambatan komunikasi yang dihadapi oleh Partai Keadilan Sejahtera PKS dalam memilih gubernur Muslim Sumatera Utara tahun 2018.

Menurut Hafez, dalam komunikasi hambatan itu merupakan hal yang biasa kan ketika kita sedang bicara dengan orang lain di beranda rumah kita tiba-tiba lewat kendaraan motor dengan suara knalpot bising, seketika pula kita berhenti bicara karena merasa terganggu. Hal ini dalam dunia komunikasi disebut *noise*. Proses komunikasi tidak akan berjalan lancar jika terjadi gangguan dalam komunikasi, gitu juga gangguan atau hambatan komunikasi PKS dalam kampanye pemilihan gubernur di Sumatera Utara secara umum dapat dikelompokkan menjadi hambatan internal dan hambatan eksternal.²⁷

Sedangkan Menurut Juanda Sukma selaku Bidang Koordinasi hubungan masyarakat.

Selama kampanye, faktor-faktor penghambat pasti ada baik itu dari dalam maupun dari luar (eksternal) ini menjadi hal yang biasa didalam partai politik. PKS juga memiliki strategi yang dilakukan sejak awal untuk mengantisipasi apabila hambatan internal ini terjadi, karena PKS juga memiliki prinsip “sedia paying sebelum hujan” pencegahannya tersebut di antaranya, melakukan kaderisasi, memperhatikan kesejahteraan anggota, bidang kepemudaan, lalu bidang hubungan

²⁶ Wawancara dengan Abdullah Staf Sekretariat DPW PKS Sumut, pada tanggal 11 Februari 2019

²⁷ Wawancara dengan Muhammad Hafez , Ketua Umum DPW PKS Sumatera Utara pada Tanggal 13 Februari 2019

masyarakat, pembangunan ummat juga pembinaan kepala daerah. Kesemua ini dilakukan PKS untuk mengantisipasi apabila terjadi hambatan internal baik dari kader maupun masyarakat binaan PKS.²⁸

1. Hambatan internal, adalah hambatan yang berasal dari dalam diri individu kader PKS itu sendiri yang terkait kondisi fisik dan psikologis. Contohnya, jika seorang kader mengalami penyakit hati seperti sombong, dengki hasat dan serakah maka ia akan mengalami hambatan komunikasi. Demikian pula ketika anggota yang sedang tertekan (depresi) sehingga mereka tidak leluasa untuk melakukan perubahan perubahan pasti dia tidak akan dapat melakukan komunikasi dengan baik. Menurut Muhammad Hafez sebagai ketua umum DPW PKS Sumut selama pergerakan dilakukan tidak melanggar aturan Allah dan semangat perjuangan dakwah maka tidak ada hambatan internal yang bisa menghentikan kegiatan pemberdayaan masyarakat muslim di Sumatera Utara.

Selama PKS Sumatera Utara masih memegang teguh prinsip “berkhidmat untuk masyarakat” dan kuat serta teguh memegang prinsip tersebut maka hambatan-hambatan yang ditemui akan menjadi tidak berarti atau akan menjadi hilang dengan sendirinya. Partai Keadilan Sejahtera (PKS) adalah partai yang mengedepankan prinsip keislaman “*rahmatan lil ‘alaamiin*” yaitu partai yang memberikan rasa aman, nyaman dan damai dalam berbagai program kerja yang dibuat untuk memudahkan

²⁸ Wawancara dengan Juanda Sukma Bidang Koordinasi Hubungan Masyarakat DPW PKS Sumut, pada tanggal 12 Februari 2019

masyarakat sekaligus mempererat hubungan antarsesama manusia guna mengharapkan ridho Allah Swt.²⁹

Permasalahan internal ini biasanya datang dari dalam diri kader itu sendiri. Segala macam permasalahan yang datangnya dari diri kader itu sendiri, maka pemecahan masalahnya pun haruslah dari diri kader yang bersangkutan. Sulit sekali untuk menyadari bahwa permasalahan-permasalahan yang ada dalam internal partai itu sebenarnya berasal dari partai itu sendiri yang membuat komunikasi terhambat. Maka dalam mengatasi permasalahan itu PKS Sumatera Utara sudah menyiapkan langkah-langkah dasar yang harus dipahami oleh setiap kader internal partai.

2. Hambatan eksternal, hambatan yang datangnya dari luar Partai Keadilan Sejahtera. Era sekarang ini kebebasan dan keterbukaan semakin luas sehingga peluang untuk lahirnya berbagai partai politik diatur oleh undang-undang. Menurut Juanda Sukma, munculnya puluhan partai politik baru dengan berbagai identitasnya, membuat tradisi berpartai secara modern, profesional dan bertanggung jawab di negeri ini masih belum mantap. Sejumlah partai politik masih terkesan didominasi oleh sekelompok elit yang memiliki modal besar, ketimbang para ulama, tokoh dan aktivis yang punya semangat untuk membangun negeri ini. Proses kaderisasi dan rekrutmen anggota partai politik acap didasarkan pada pragmatisme, Untuk menjadi kepala daerah seperti Gubernur, Bupati, Wali Kota dan anggota Legislatif tidak harus berkeringat melakukan pengabdian dan mengikuti proses kaderisasi. Dengan

²⁹ Wawancara dengan Muhammad Hafez Ketua Umum DPW PKS Sumatera Utara pada tanggal 13 Februari 2019.

membayar mahar yang ditentukan partai tertentu maka siapa saja bisa menjadi peserta pemilihan umum dan Pemilihan kepala daerah.

Sedangkan menurut Juanda Sukma, kebutuhan pendidikan politik jangka panjang dalam membangun lembaga yang kokoh dan terpercaya masih jauh dari harapan. Pragmatisme politik kekuasaan masih menjadi warna dominan dalam kanca perpolitikan tanah air, termasuk mempengaruhi partai-partai baru yang lahir di era reformasi yang sejatinya memiliki potensi besar untuk melakukan diferensiasi dengan partai yang telah lama bercokol. Kendala itu harus segera ditangani serius, agar masa depan politik nasional masih tetap memiliki harapan.³⁰

Selain itu kompetisi antar elit politik menurut Mahmud Soleh berujung pada konflik, maka pilihan pahitnya adalah perpecahan dan pendirian partai baru. Tumbuhnya puluhan partai, bahkan ratusan jumlahnya di era reformasi, menyebabkan sistem demokrasi presidensial dan multipartai tak cukup kokoh. Tradisi politik lama masih belum berubah seperti di era-era sebelumnya, seperti budaya koalisi dan oposisi yang tidak dijalankan secara konsisten dalam kancah politik di Sumatera Utara.³¹

Pemerintah yang berasal dari partai kelas tengah didukung partai-partai lain, tetapi dengan model koalisi yang longgar, sehingga dengan dukungan di parlemen kurang kuat dan bisa bergeser setiap saat. Sementara itu, partai yang menempuh jalan oposisi juga hanya menggunakannya sebagai manuver untuk menarik perhatian

³⁰ Wawancara dengan Juanda Sukma Bidang Koordinasi Hubungan Masyarakat DPW PKS Sumut, pada tanggal 12 Februari 2019.

³¹ *Ibid.*

publik dan tidak pernah menawarkan alternatif kebijakan yang lebih rasional dan mampu meraih dukungan mayoritas. Kontradiksi itu, menyebabkan pengelolaan pemerintahan tidak berjalan efektif, dan energi politik nasional hanya terkuras untuk melayani tarik-menarik kepentingan elit, menurut Abdullah.³²

Maka dalam mengatasi permasalahan internal ini PKS Sumatera Utara sudah menyiapkan langkah-langkah dasar yang harus dipahami oleh setiap kader internal partai. Meliputi berbagai bidang, antara lain:

1. Bidang Kaderisasi

Pengokohan kader dengan melakukan diklat kapasitas dan kompetensi kepada kader, melakukan sosialisasi panduan mobilitas vertikal SDM profesional dan untuk peningkatan pertumbuhan kader PKS telah melakukan kegiatan berupa rekrutmen oleh bidang dan badan (struktural), dakwah fardiyah, workshop pengelolaan rekrutmen dan penanganan halaqah paska rekrutmen, pendidikan leadership dasar 1 untuk DPC dan DPRD, sekolah murabbi dan majlis/forum murabbi. Berbagai kegiatan yang dilakukan pada dasarnya untuk menyiapkan potensi kader yang unggul dan bermartabat serta memberi muatan kepada kader bahwa dia adalah pelayan masyarakat sehingga hambatan internal dalam kampanye memilih pemimpin muslim tidak dijumpai.

2. Bidang Kesejahteraan Anggota

Melakukan kegiatan sensus anggota inti partai, pelatihan anggota inti partai, pemberdayaan anggota ini partai, pembentukan tim pemberdayaan,

³² Wawancara dengan Staf Sekretariat DPW PKS Sumut, pada tanggal 11 Februari 2019.

penguatan/pembinaan dan sampai kepada monitoring dan evaluasi. Program ini untuk membekali nilai identitas kader yang profesional untuk mengawal pertumbuhan dan perkembangan jumlah anggota.

3. Bidang Kepemudaan

Melakukan kegiatan pembentukan dan pengokohan struktur dan lembaga Kepeloporan Mahasiswa. Workshop dan launching wilayah penggalangan pemilih pemula. Rekrutmen kader pada remaja masjid, komunitas pemuda lingkungan lainnya. Sekolah kepemimpinan pemuda Indonesia dan sekolah sosiopreneur Indonesia. Program ini melakukan pemberdayaan pemuda cikal bakal menjadi kader dan simpatisan terhadap perjuangan partai di Sumatera Utara.

4. Bidang Hubungan Masyarakat

Melakukan pengembangan panduan dakwah media sosial, pemanfaatan media sosial yang cerdas literasi, sekolah digital, suplai konten dakwah media sosial ke anggota partai, koordinasi struktur dan relawan. Melakukan optimalisasi pemasaran media sosial dan *online/offline reputation management*.

5. Bidang Pembangunan Ummat

PKS Sumatera Utara melakukan Silatrrahmi ke tetangga, penyiapan dan pengembangan juknis kader berorganisasi serta sosialisasi juknis. Melakukan endorsement kepada kader partai untuk penguatan kepemimpinan di organisasi eksternal serta pemetaan kader aktif diberbagai ormas nasional dan wilayah.

6. Bidang Pembinaan Kepala Daerah

Penyediaan sarana dan prasarana yang dapat mendorong meningkatnya popularitas kepala daerah, membuat kesepakatan kerjasama dengan pihak ketiga baik yang berasal dari kader maupun non-kader untuk mendorong popularitas kepala daerah, melakukan kegiatan-kegiatan promosi kreatif melalui sosial media untuk meningkatkan popularitas kepala daerah.

Sedangkan solusi yang diterapkan oleh PKS dalam menghadapi hambatan-hambatan eksternal kampanye memilih Gubernur Muslim di Sumatera Utara adalah dengan mengerahkan secara maksimal roda kader-kader partai untuk terjun ditengah-tengah masyarakat. seperti yang diketahui walaupun pasangan ERAMAS ini memiliki koalisi yang gemuk, namun realitas di masyarakat tidak semua partai mendukung sepenuhnya, sehingga proses kampanye ini berjalan tidak terlalu maksimal. PKS dengan komitmennya terhadap pasangan ERAMAS menggerakkan seluruh kadernya yang ada di Sumatera Utara untuk *All Out* memenangkan pasangan ERAMAS agar terpilih Gubenur Muslim di Sumatera Utara.

Mengatasi hambatan eksternal yang terjadi, partai keadilan sejahtera tidak mau meladeni segala bentuk fitnah dan ujaran-ujaran yang tidak baik terhadap calon Gubernur yang diusung, PKS lebih memilih untuk memberikan pemahaman-pemahaman bersifat mendidik ditengah-tengah masyarakat untuk memilih gubernur Muslim di Sumatera Utara.

Dinamika politik dalam oposisi pun tak lepas menjadi perhatian PKS untuk memberi solusi. Budaya oposisi yang tidak dijalankan secara konsisten membuat roda

kampanye menjadi tersendat, keinginan untuk terima bersih masih ada didalam budaya oposisi dengan memanfaatkan partai koalisi yang aktif dalam mengkampanyekan calon Gubernur. PKS menilai hal ini sudah sering terjadi dalam koalisi pemilihan umum sehingga tidak lagi terkejut dengan budaya seperti itu.

Solusi yang diberikan PKS tidak pernah diumbar dalam forum rapat tim pemenangan, PKS menjalankan saja tugas yang diberikan kepada mereka tanpa perlu diketahui oleh partai koalisi yang lain. PKS dalam komitmennya tidak pernah ingin berkhianat atas janji yang dipegangnya. Mengerahkan seluruh kader yang ada di Sumatera Utara, segala potensi dan media yang dimiliki untuk memenangkan calon Gubernur Muslim di Sumatera Utara.

Walaupun banyak manuver yang dilakukan oleh tim oposisi untuk menjatuhkan elektabilitas pasangan ERAMAS namun itu semua dapat diatasi dengan menggunakan media, semakin banyak berita negative yang dihembuskan maka tim IT PKS semakin memperbanyak berita positif, PKS tidak ingin membuat masyarakat terkuras pikirannya untuk memikirkan berita-berita negatif, maka PKS mengambil jalan untuk selalu membuat berita-berita positif agar masyarakat semakin tercerdaskan.

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan uraian pada bab-bab yang telah peneliti ungkapkan maka dapat dikemukakan kesimpulan dan saran sebagai berikut :

A. Kesimpulan

1. Jenis Media yang digunakan PKS dalam kampanye Pemilihan Gubernur Sumatera Utara tahun 2018 terdiri dari 4 jenis. Pertama, komunikasi publik yang dilakukan oleh caleg PKS dalam bentuk pidato kampanye di lapangan terbuka atau dialog dengan masyarakat yang diikuti sekitar 200 sampai 300 orang. Media diskusi publik seperti ini sangat berguna untuk mensosialisaikan pasangan calon gubernur ditengah-tengah masyarakat. Bentuk dialog ini bisa dikategorikan sebagai bentuk komunikasi publik atau penyebaran informasi dari satu orang kepada banyak orang. Kedua, Media komunikasi politik pada masa kampanye oleh PKS Sumut adalah membangun opini publik (pendapat umum) melalui media massa. Seperti Instagram, Facebook dan Youtube, media massa seperti ini sangat menguntungkan untuk sebuah partai yang ingin mensosialisasikan calon gubernur yang diusung kepada masyarakat. Penggunaan media sosial ini dinilai sangat efektif mengingat semakin tingginya penggunaan masyarakat terhadap media sosial. ini terbukti dengan antusias masyarakat yang secara sukarela mengkampanyekan Gubernur Muslim di Sumatera utara dengan foto menggunakan symbol 1 jari, simbol satu jari ini pertama kali dipopulerkan oleh kader-kader PKS untuk mengkampanyekan pilihan Gubernur pasangan nomor urut 01 yakni Edy Rahmayadi dan Musa Rajekshah. Ketiga, Media

yang digunakan PKS adalah Flash Moob atau kampanye turun kejalan dengan membuat gerakan seperti tarian secara bersama-sama. Flash moob ini sering dilakukan dalam even-even besar seperti Olimpiade, Asian Games atau kampanye. Flash moob yang dilakukan oleh kader PKS ini bertujuan untuk menarik simpati masyarakat terhadap pilihan yang diusung PKS, sasaran utama dari media ini adalah anak-anak muda. Keempat, media kampanye Door to door yakni media kampanye yang dilakukan oleh kader PKS dengan mendatangi rumah warga satu persatu, bercengkrama dengan warga sambil mensosialisasikan memilih gubernur muslim. Para kader PKS yang datang kerumah warga biasanya membawa makanan seperti nasi goreng, atau lauk pauk kepada keluarga yang didatangi selain untuk bersosialisasi PKS juga bertujuan membantu sesama.

2. Program yang dibuat PKS pada Media dalam kampanye memilih Gubernur Muslim Sumatera Utara tahun 2018 diantaranya Secara garis besar program yang telah dicanangkan dan dilaksanakan adalah Rumah Cerdas, Rumah Sehat, Rumah Peduli, Rumah Siaga dan Tanggap Bencana, Rumah Keluarga Indonesia, Rumah Aspirasi, Rumah Konsultasi Syari'ah, dan Rumah Dakwah.

3. Bagaimanakah keberhasilan yang dicapai PKS dalam kampanye melalui media pada pemilihan gubernur Sumatera Utara tahun 2018, Kampanye politik Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dianggap cukup baik karena dari kegiatan kampanye tersebut pada tahun 2018 PKS bersama dengan partai koalisinya yaitu Gerindra mampu memenangkan Edy Rahmayadi dan Musa Rajakshah menuju kursi gubernur Sumatera Utara. Seperti yang telah dijelaskan pada sebelumnya bahwa PKS tidak

terlalu massif menggunakan media dalam memenangkan kampanye politik akan tetapi bagaimana penggunaan metode dalam mengkampanyekan calonnya itulah yang terpenting.

4. Faktor penghambat bagi PKS dalam kampanye pada Pemilihan Gubernur Sumatera Utara tahun 2018, Menurut Hafez gangguan atau hambatan komunikasi PKS dalam kampanye memilih gubernur di Sumatera Utara secara umum dapat dikelompokkan menjadi hambatan internal dan hambatan eksternal. Hambatan internal, adalah hambatan yang berasal dari dalam diri individu kader PKS itu sendiri yang terkait kondisi fisik dan psikologis. Contohnya, jika seorang kader mengalami penyakit hati seperti sombong, dengki hasat dan serakah maka ia akan mengalami hambatan komunikasi. Demikian pula ketika anggota yang sedang tertekan (depresi) sehingga mereka tidak leluasa untuk melakukan perubahan perubahan pasti dia tidak akan dapat melakukan komunikasi dengan baik. Hambatan eksternal, hambatan yang datangnya dari luar Partai Keadilan Sejahtera. Era sekarang ini kebebasan dan keterbukaan semakin luas sehingga peluang untuk lahirnya berbagai partai politik diatur oleh undang-undang.

B. Saran

1. Mempertahankan dan mengevaluasi model media komunikasi PKS dalam mengkampanyekan pilihan partai baik itu Bupati, Gubernur maupun Presiden yang didukung oleh PKS.

2. Mempertahankan Media komunikasi yang dinilai efektif dalam kampanye seperti Flash Moob, Door to door dan penggunaan media sosial agar tercapai tujuan partai untuk memenangkan pemimpin yang diusungnya.

3. Lebih banyak meluangkan waktu untuk masyarakat, mendengar dan memberi solusi kepada masyarakat bahwa gubernur yang dipilih oleh PKS dapat menyelesaikan permasalahan yang ada ditengah-tengah masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, 2009, *metodologi penelitian kualitatif* , Bandung: pustaka setia.
- Dan Nimmo, 2006, *Komunikasi Politik; Khalayak dan Efek*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Diah Wardhani, 2008, *Media Relation : Sarana Membangun Reputasi Organisasi*, Jakarta: Graha Ilmu.
- Firmanzah, 2012, *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Hamidi, 2010, *Metode Penelitian Kualitatif* Malang: UMM Press, cet. 2.
- <http://id.wikipedia.org/wiki/Demokrasi>, diakses di Medan, Indonesia: Selasa. 14 Agustus 2018, Pukul: 11.23 Wib.
- <http://www.artikelsiana.com/2015/01/pengertian-nasionalisme-para-ahli-definisi.html>, diakses di Medan, Indonesia Selasa 14 Agustus 2018, Pukul: 11.17 Wib.
- Joseph A. Devito, 1997, *Komunikasi Antar Manusia*, Jakarta: Profesional Book.
- James W. Tankard, 2009, *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*, Jakarta : Kencana.
- Lexy J. Moleong, 2005, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mathew B.M dan A.M Hubberman,1992, *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: UI Press.

- Muhammad Ihsan, 2009, "*Nasionalisme dalam Pandangan Politik Partai Keadilan Sejahtera*", Yogyakarta: Skripsi Program Studi Jinayah Siyasah, Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga.
- Onong U. Effendy, 2003, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Rosady Ruslan, 2008, *Metode Penelitian Publik Relation dan Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Syukur Kholil, 2007, *Komunikasi Islam*, Bandung: Citapustaka.
- Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Jakarta: Alfabeta.
- Yon Machmudi, 2006, *Partai Keadilan Sejahtera: Wajah Baru Islam Politik Indonesia*, Bandung: Harakatuna.