

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK M. MIFTAH DALAM PEMENANGAN PEMILU 2019 DI SALATIGA

Desi Widarwati

Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
desiwidarwati92@gmail.com

Abstract

Political communication strategy has a fulcrum that influences a goal both organization and personally. The 2019 Election in Salatiga has won M. Miftah, a legislative member from PKB, sits in the government seat of the Salatiga DPRD. This research reveals how the political communication strategy used by M. Miftah in realizing this victory. This research also aims to describe the analysis used completing the political communication strategy designed to make it into the ranks of government. With the qualitative method, data findings in the form of documents from KPU containing the number of votes obtained by M. Miftah and proof of the announcement of the victory of the banner campaign brochure and interviews with M. Miftah and the team were successfully presented with descriptive accounts. Like politicians, in general, SWOT analysis is also applied by M. Miftah in implementing the planned strategy with the team. With SWOT analysis, M. Miftah added strategies such as understanding the character of the community, suppressing weaknesses and showing strengths, minimizing external threats and pressure, and using opportunities well.

Keyword : strategy, political communication, elections

Abstrak

Strategi komunikasi politik memiliki titik tumpu yang berpengaruh terhadap suatu tujuan baik organisasi maupun pribadi. Pemilu 2019 di Salatiga telah memenangkan M. Miftah anggota legislatif dari PKB duduk di kursi pemerintahan DPRD Salatiga. Penelitian ini mengungkapkan bagaimana strategi komunikasi politik yang digunakan M. Miftah dalam mewujudkan kemenangan tersebut. Penelitian ini juga bertujuan memaparkan analisis yang digunakan dalam melengkapi strategi komunikasi politik yang dibuat agar berhasil masuk ke dalam jajaran pemerintahan. Dengan metode kualitatif, temuan data berupa dokumen dari KPU yang berisi banyaknya suara yang diperoleh oleh M. Miftah dan bukti pemberitahuan kemenangan, brosur kampanye, spanduk, serta wawancara kepada M. Miftah beserta tim berhasil disajikan dengan penuturan secara

deskriptif. Seperti politisi umumnya, analisis SWOT juga diterapkan oleh M. Miftah dalam mengimplikasi strategi yang direncanakan beserta tim. Dengan analisis SWOT, M. Miftah menambahkan strategi seperti memahami karakter masyarakat, menekan kelemahan dan memperlihatkan kelebihan, meminimalis ancaman dan tekanan dari luar, serta menggunakan peluang dengan bagus.

Kata kunci: *strategi, komunikasi politik, pemilu*

A. PENDAHULUAN

Pemilihan umum atau pemilu merupakan pesta demokrasi di Indonesia yang dilaksanakan selama 5 tahun sekali. Demokrasi menciptakan rakyat untuk dituntut lebih cerdas dan mampu dalam membaca kondisi politik yang ada di Indonesia. Adanya demokrasi ini, rakyat juga dituntut memilih pemimpin yang amanah dalam menjalankan kewajibannya. Pemilu tidak membedakan baik itu agama, budaya, maupun bahasa. Pemilu hanya memberi syarat khusus pemilih melalui batasan usia.

Pancasila tercetus pada 1 Juni 1945 yang kemudian adanya derivasi dari setiap butir Pancasila, sehingga membentuk suatu Undang-undang Dasar Negara Indonesia. Dengan adanya Undang-undang Dasar, berbagai masalah yang berkaitan dengan kesadaran berbangsa bernegara sebaiknya mendapat perhatian dan tanggung jawab. Dalam UUD juga menjelaskan mengenai pemilu. Menurut Moerdiono, terdapat tiga tataran nilai dalam ideologi Pancasila. Yang *pertama* adalah nilai dasar. Nilai dasar Pancasila merupakan prinsip, yang mencakup tujuan, tatanan dasar, dan ciri khasnya. Nilai dasar Pancasila tumbuh dari sejarah perjuangan para bangsa yang memperjuangkan keadilan dan kemakmuran, serta kesatuan dan persatuan.

Kedua, nilai instrumental. Nilai instrumental merupakan jabaran dari nilai

dasar tersebut yang mengarahkan kinerja dalam waktu kurun waktu dan kondisi tertentu. Penjabaran ini bisa dilakukan dengan dinamis dan kreatif. *Ketiga*, nilai praksis. Yaitu nilai yang terkandung dalam keadaan sehari-hari dengan mencakup cara rakyat mengaktualisasikan Pancasila. Nilai ini terdapat pada penerapan nilai Pancasila, baik tertulis atau tidak, baik cabang eksekutif, legislatif maupun yudikatif, organisasi politik, dll (Kamaluddin, 2015:162-163). Melihat pemaparan nilai dari Pancasila, dapat disimpulkan alasan UUD adalah derivasi dari Pancasila.

Sesuai Undang-undang Nomor 31 tahun 2002 Republik Indonesia pada Bab I mengenai Ketentuan Hukum pasal 1, partai politik didefinisikan sebagai organisasi politik yang dibentuk oleh sekelompok warga negara Republik Indonesia secara sukarela atas dasar persamaan kehendak dan cita-cita untuk memperjuangkan kepentingan anggota, masyarakat, bangsa, dan melalui pemilihan umum (UU RI No 31 th 2002).

Masa pemilu, partai politik mulai aktif dan eksis dalam perolehan suara demi tercapainya tujuan organisasi. Carr (1965) mendefinisikan partai politik sebagai organisasi yang berusaha untuk mencapai dan memelihara pengawasan terhadap pemerintah (Cangara, 2016:168). Partai Politik bertujuan sebagai wadah dari aspirasi rakyat terhadap pemerintah. Partai

politik sendiri sudah berdiri di Indonesia pasca kemerdekaan. Pada 3 November 1945, pemerintah mengeluarkan maklumat bahwa pemerintah mendukung penuh dengan berdirinya partai politik (Rasyid, 2017:155). Dengan adanya maklumat dari pemerintah tersebut, banyak masyarakat melek politik berlomba-lomba dalam membentuk partai politik. salah satunya adalah Partai Kebangkitan Bangsa yang saat itu ditetapkan oleh Abdurrahman Wahid.

Perayaan demokrasi pada pemilu terus berlangsung hingga saat ini. Pada 2019 lalu, di Salatiga juga diikuti dengan antusias oleh 20 parpol. Partai Kebangkitan Bangsa merupakan salah satu partai politik yang berhasil memenangkan empat kursi legislatif di Salatiga dengan masing-masing satu kursi dari tiap daerah pilihan. Sedangkan di Salatiga tersedia 25 kursi DPRD. pemenang dalam menduduki kursi tersebut adalah PKB dengan 4 kursi, Partai Gerindra 4 kursi, PDI Perjuangan 8 kursi, Golkar 1 kursi, PKS 4 kursi, Demokrat 3 kursi, dan Partai Nasdem dengan 1 kursi.

Partai Kebangkitan Bangsa merupakan partai yang berdiri pada 23 Juli 1998 setelah desakan dari warga Nahdliyin dalam memberi wadah untuk aspirasi masyarakat (<https://www.pkb.id/page/sejarah-pendirian/>). Parpol yang mengikuti pemilu, sebelumnya mengalami proses perlengkapan administrasi di Komisi Pemilihan Umum atau KPU. Hal ini dilakukan dengan tujuan tidak adanya penyalahgunaan dari orang-orang yang tidak bertanggung jawab. Melalui beberapa proses administrasi, akhirnya 20 parpol lolos mengikuti tahap pemilu. Kegiatan ini tidak lepas dari suatu hal yang disebut dengan

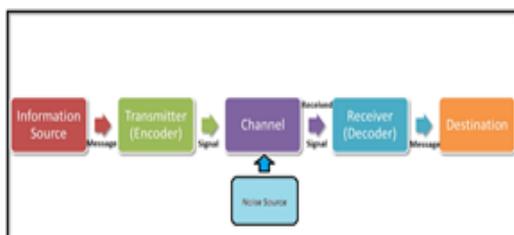
komunikasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan hal penting yang paling utama.

Komunikasi merupakan bagian dari hak setiap manusia baik secara verbal maupun nonverbal. Hak berkomunikasi yang didapatkan sejak lahir itu bisa digunakan secara mutlak selama tidak merusak komunikasi yang menimbulkan kerugian terhadap orang lain. Untuk menghindari adanya kerugian, komunikasi diimbangi dengan moral dan tanggung jawab. Komunikasi merupakan aktivitas manusia yang dikenali semua orang sebagai definisi seperti saling berbicara antara satu orang atau lebih, pertukaran kode melalui mata atau gersakan tubuh, pengiriman pesan atau informasi melalui media, dan masih banyak lagi. Karna pada hakikatnya, komunikasi memiliki makna yang tak terhingga.

Secara etimologi, komunikasi memiliki arti dengan atau bersama dengan yang berasal dari bahasa latin *communicato*. Dalam perkembangannya, komunikasi mengalami peralihan makna dari latin ke bahasa Inggris. Di dalam bahasa Inggris, kata komunikasi dikenal dengan arti bersatu dengan dari *common* (Liliweri, 2007:1). Lebih rincinya, komunikasi dapat diartikan dengan pertukaran pikiran, perasaan, informasi, usaha untuk saling mengerti, serta menjadikan suatu hubungan dsimpatik (Nurudin, 2016:9). Definisi ini membuktikan bahwa komunikasi memang memiliki makna yang luas.

Shanon dan Weaver (1949 dan 1949b) merupakan dua tokoh dari sekian banyak pakar komunikasi yang mencetuskan teori komunikasi matematis yang mampu

diterima di khalayak luas. Mereka memandang komunikasi sebagai transmisi pesan. Dalam menampilkan komunikasi sebagai linier yang sederhana. Model ini menyoroti problem penyampaian pesan berdasar tingkat kecermatannya. Shanon dan Weaver membuat bagan model komunikasi sebagai berikut (Fiske, 2014:9-10):

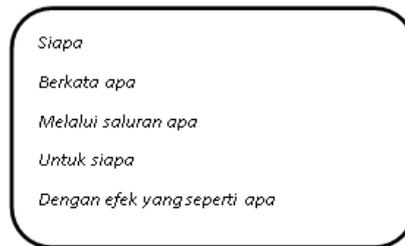


Gambar 1.

Model Komunikasi Shanon dan Weaver
 Sumber. PakarKomunikasi.com

Shanon dan Weafer mengidentifikasi tiga tingkatan permasalahan dalam ilmu komunikasi. *Pertama*, permasalahan teknis. Membahas seberapa akurat sebuah simbol dapat mentransmisikan komunikasi. *Kedua*, permasalahan semantik. Membahas tepat simbol yang ditransmisikan menyampaikan makna yang diinginkan. *Ketiga*, permasalahan keefektifan. Membahas seberapa efektif makna yang akan diterima memengaruhi perilaku seperti yang diinginkan.

Berbeda dengan model Shannon dan Weaver yang dikenal dengan komunikasi sebagai proses linier sederhana maka Lasswell (1948) memberi pemikiran mengenai komunikasi lebih spesifik. Lasswell beragumenun untuk memahami komunikasi massa kita perlu mempelajari berbagai tahap seperti berikut (Fiske, 2014:49-50):



Gambar 2. Model komunikasi Laswell

Model ini merupakan model awal dari model Shannon dan Weaver. Model ini melihat komunikasi sebagai transmisi pesan, memunculkan “efek” bukan makna, yang kemudian menunjukkan perubahan yang dapat diamati dan diukur dari penerima yang disebabkan oleh elemen-elemen dari proses komunikasi yang bisa diidentifikasi.

Bidang komunikasi memiliki banyak bidang. Salah satu hak komunikasi yang digunakan manusia adalah komunikasi politik. Komunikasi politik adalah suatu perbincangan dengan tujuan mempengaruhi kehidupan bernegara serta suatu seni desain apa yang mungkin dan tidak mungkin menjadi mungkin (Arifin, 2011:1). Komunikasi politik bukan termasuk hal tabu dalam masyarakat baik saat ini maupun dulu. Fred. N. Kerlinger dalam *Foundation of Behavioral Research* (1964) menyatakan bahwa orang bertukar citra melalui komunikasi politik sebagai strategi dalam mengatur pertikaian untuk jaminan ketertiban sosial yang melindungi peluang dalam memenuhi kebutuhan fisik, sosial, dan psikologi. Dan politik adalah suatu cara mengatasi kekacauan sosial serta ancaman dalam memenuhi kebutuhan dasar (Nimmo, 2017:8).

Umumnya, komunikasi politik berperan penting di kehidupan masyarakat

ketika berjalannya Pemilihan Umum (Pemilu). Dalam pemilu, komunikasi politik terjadi antara aktor politik dengan rakyat. Kesempatan ini, banyak digunakan oleh aktor politik untuk berusaha mendapatkan suara rakyat sebagai penunjang kemenangan. Biasanya mereka memiliki strategi masing-masing. Strategi yang digunakan oleh aktor politik disebut strategi komunikasi politik. Strategi komunikasi politik yang digunakan harus efektif agar tujuan menjadi pemenang bisa terwujud. Begitu pula yang dilakukan oleh calon legislatif dari Fraksi Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) Kota Salatiga yang kini telah menjadi anggota legislatif Dewan Pimpinan Rakyat daerah (DPRD) Kota Salatiga yang bernama M. Miftah. Strategi komunikasi politik tidak lepas dari hasil yang dicapainya saat ini.

Hakikat dari strategi adalah perencanaan dalam mencapai tujuan. Sedangkan menurut Onong dalam buku Ilmu Komunikasi menjelaskan bahwa strategi komunikasi adalah paduan dari perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mewujudkan suatu tujuan dengan tiga fungsi yaitu untuk memastikan bahwa komunikan dapat menerima pesan komunikasi yang disampaikan komunikator, untuk membangun penerimaan dari komunikator terhadap komunikan dengan baik, dan untuk memotivasi tindakan dalam penyampaian pesan (Effendy, 2006:32).

Strategi juga dapat diartikan dengan upaya menghadapi sasaran tertentu agar mencapai tujuan dengan hasil yang maksimal (Pimay, 2005:59). Dengan proses strategi komunikasi yang baik, secara tidak langsung

hasil dari proses tersebut akan berhasil baik pula. Hal ini berpengaruh karena tanpa adanya proses strategi komunikasi yang baik, maka akan timbul pengaruh negatif yang mampu menghambat hasil dari tujuan awal (Sapoetra, 2013:505). Dari dua definisi tersebut sangat jelas bahwa strategi yang kita rancang dan bangun akan mempengaruhi kualitas keberhasilan tujuan. Strategi komunikasi lebih mengaju bagaimana kita melakukan taktik dan pendekatan yang mengerti bagaimana kondisi sekitar demi terwujudnya tujuan.

Strategi komunikasi politik merupakan jantung dari proses keberhasilan setiap aktor politik. Strategi yang digunakan mempengaruhi hasil yang didapat. Strategi politik Strategi komunikasi politik merupakan panduan dari perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan, untuk mencapai tujuan strategi komunikasi politik harus menunjukkan operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berubah sewaktu-waktu, bergantung pada situasi dan kondisi. Perencanaan/strategi komunikasi politik tidak hanya untuk mengetahui kemanaarah dari kegiatan komunikasi politik tetapi juga memenangkan dukungan masyarakat secara politik (Thaibah, 2018:41).

Begitu pula dengan M. Miftah yang merancang strategi komunikasi politik jauh sebelum adanya kampanye. Perencanaan strategi komunikasi politik tidak hanya dilaksanakan oleh aktor politik saja, melainkan dari pihak tim sukses membantu berjalannya penerapan strategi politik. Miftah merupakan calon anggota legislatif dari Fraksi PKB yang telah mendapatkan kemenangan sebelumnya pada tahun 2014.

Miftah berdiri mencalonkan diri sebagai anggota legislatif di dapil Kecamatan Tingkir. Pada tahun 2019, Salatiga memiliki daftar pemilih tetap sebanyak 135.149 pemilih (<https://KPU-Salatiga.go.id>)

Akhirul Aminulloh dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Komunikasi Politik Partai pada Pemilu Legislatif 2019” dengan studi Kasus Partai Keadilan Sosial di Yogyakarta. Dalam penelitiannya, Akhirul menelaskan bahwa strategi komunikasi politik yang dipakai partai PKS berupa strategi komunikasi politik yang dibalut dengan dakwah serta ditambah dengan empat konsep strategi yang digunakan seperti PKS Mendengar, PKS mengajak, PKS bicara, dan PKS Menang. Kemudian PKS juga menjalankan strategi komunikasi politik dibantu dengan media baik cetak maupun noncetak (Aminulloh, 2010).

Penelitian yang dijelaskan oleh Aminulloh telah membuktikan bahwa strategi komunikasi politik berperan penting pada setiap pemilu. Strategi yang dilakukan harus sesuai dengan keadaan politik di Indonesia. Begitu pula dengan penelitian ini, peneliti ingin memaparkan apa saja strategi yang digunakan oleh M. Miftah dalam meraih kemenangan sebagai peraih kursi di DPRD Salatiga tahun 2019. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran dari strategi komunikasi politik dan analisis yang digunakan dalam menawab strategi komunikasi politik dari M. Miftah.

B. METODE

Penelitian ini berupa penelitian kualitatif deskriptif. Lodico, Spaulding, dan Voegtle (2006:264) menyatakan bahwa penelitian kualitatif berfokus pada fenomena sosial dan pemberian suara pada perasaan dan persepsi dari partisipan di bawah studi. Dan pemahaman pengetahuan sosial adalah proses ilmiah yang sah (Emzir, 2010:2). Fenomena sosial yang dibahas dalam penelitian ini adalah pemenangan dari anggota legislatif terpilih dari Partai Kebangkitan Bangsa di Kota Salatiga yang berhasil mempertahankan dua periode pemenangan.

Pengumpulan data diambil dengan wawancara terhadap informan atau M. Miftah serta tambahan dokumentasi dan beberapa barang pendukung tambahan seperti MMT, brosur kampanye, serta Spanduk berupa gambar caleg yang dimiliki oleh Fraksi PKB sebagai bukti bahwa M. Miftah benar-benar mencalonkan diri dan mengikuti berbagai prosedur dalam pemilu. Sebagai bukti tambahan, peneliti juga mendapat data berupa surat bukti dari KPU yang berisi bahwa M. Miftah terpilih menjadi anggota legislatif 2019 di Salatiga serta keterangan banyak suara yang diperoleh. Selsain data primer tersebut, peneliti juga memperoleh data tambahan dari sosial media yang dimiliki M. Miftah dan tim. Dimana media sosial tersebut berisi dengan kampanye yang dilakukan Miftah dan tim.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan model Bogdan dan Biklen (1982) dengan sistem analisis mengumpulkan data lebih banyak, setelah data tersimpan, peneliti mengambil satu

fokus studi kemudian dianalisis lebih awal (Emzir, 2010:88).

B. HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi Politik

Dahlan (1999) mendefinisikan komunikasi politik adalah suatu disiplin yang menelaah tentang perilaku dan kegiatan komunikasi yang bersifat politik, mempunyai akibat politik, atau perilaku yang berpengaruh terhadap politik (Cangara, 2009:29).

Dan Nimmo (1999:13-20) menyatakan dalam bukunya bahwa komunikasi politik memiliki ruang lingkup dalam analisis komunikasi politik yaitu komunikator politik, pesan politik, media komunikasi politik, khalayak politik, dan efek politik (Arifin, 2011:13-14):

Leonard Doob dalam Nimmo (1993) menjelaskan salah satu kategori komunikator politik adalah politikus. Politikus sendiri memiliki kemampuan mempengaruhi orang lain terhadap suatu isu tertentu (Subiakto, 2014:24). Dalam penelitian ini, komunikator politik adalah M. Miftah yang sekarang menjadi anggota legislatif terpilih di DPRD Salatiga setelah mempertahankan eksistensinya dalam memenangkan dua periode pada pemilu tahun 2014 dan 2019. Miftah merupakan anggota legislatif dari fraksi PKB dengan dapil Tingkir. Setelah tahun 2014 berhasil memasuki tatanan pemerintahan sebagai DPRD Salatiga, 2019 M. Miftah kembali meraih kemenangan dengan 1626 suara.

Analisis ruang lingkup komunikasi politik yang kedua adalah pesan politik.

Jika pesan politik adalah informasi, fakta, opini, dan keyakinan politik. Maka, pesan komunikasi politik adalah pesan yang berkaitan dengan peran negara dalam melindungi kepentingan bangsa yang bentuk pesan berupa keputusan, kebijakan, serta peraturan yang menyangkut mengenai warga negara (Mukarom, 2016:60). Pesan yang disampaikan oleh Miftah melalui sosialisasi saat kampanye tidak muluk. Miftah juga tidak menjanjikan akan mengabulkan semua permintaan masyarakat terhadap tuntutan mereka pada negara. Namun, bukan berarti Miftah juga mengabaikan harapan masyarakat. Dalam kampanye, Miftah menelakan akan berusaha semampu mungkin dalam memenuhi keinginan masyarakat selama itu baik, benar, dan mampu untuk diperjuangkan.

Sosialisasi yang dilakukan ketika kampanye merupakan salah satu ujung tombak keberhasilan dalam meraih suara terbanyak. Miftah menjelaskan bahwa sosialisasi yang dilakukan selama masa kampanye digunakan dengan baik. Bagaimana seorang pemimpin bersikap yang seharusnya dalam memperjuangkan suara rakyat dengan tidak meninggalkan janji dan persepsi tidak baik. Hal itu sudah diterapkan oleh Miftah sejak pemilu 2014 silam. Dengan mengetahui karakteristik dan tidak adanya kebohongan kepada masyarakat, Miftah mampu menyampaikan pesan politik dengan baik serta memperoleh kemenangan untuk kedua kali.

Pesan politik yang disampaikan oleh aktor politik tidak akan mudah sampai ke pihak penerima tanpa adanya bantuan dari media politik. media politik sendiri adalah

sarana para aktor politik dalam membantu tersampainya pesan politik dari politikus ke masyarakat dimana pihak masyarakat merupakan target politik. Media politik yang digunakan oleh Miftah beragam. Mulai dari spanduk yang berisi nama, foto, dan lambang partai, adapula brosur berisi data singkat tentang miftah, sosial media baik dari PKB maupun sosial media milik Miftah sendiri. Agar mudah tersampaikan, Miftah lebih memilih sosial media dalam kampanye melalui online dan peletakan spanduk maupun baliho di tempat yang strategis.

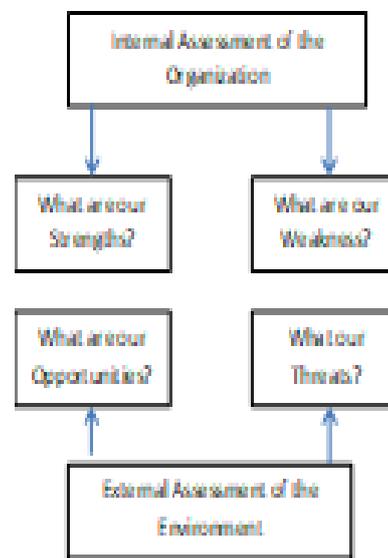
Tidak dipungkiri semua kegiatan di atas memiliki efek politik yang mampu menentukan masa depan aktor politik. Efek komunikasi politik yang dikatakan berhasil apabila memberi pengaruh baik terhadap komunikator politik. Seperti yang dialami Miftah, efek komunikasi politik yang dilakukannya berdampak baik dengan banyaknya suara sah masuk sehingga membawa Miftah dalam kemenangan mewakili PKB. Namun tidak dapat dipungkiri, keberhasilan yang dicapainya tidak lepas dari bagaimana strategi komunikasi politik yang diterapkannya.

Strategi Komunikasi Politik

Onong Uchjana Effendy dalam buku *Dimensi-dimensi Komunikasi* (1981:184) menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi dalam mewujudkan suatu tujuan. Untuk mewujudkannya, strategi komunikasi harus mampu menawarkan pendekatan berbeda tergantung situasi dan kondisi (Suryadi, 2018:4).

Ardianto (2008:17) menyatakan strategi komunikasi politik adalah proses perencanaan pemimpin yang fokus pada tujuan jangka panjang serta diberi suatu cara supaya tujuan yang ingin dicapai terwujud (Masduki, 2014:4). Terwujudnya tujuan yang dicapai oleh Miftah dalam menduduki kursi DPRD merupakan keberhasilan strategi komunikasi politik yang dia terapkan. Dilihat dari definisi di atas, Miftah memiliki beberapa strategi yang mampu membawa namanya dalam tataran pemerintahan di DPRD Salatiga.

Strategi yang diterapkan oleh Miftah, peneliti menyimpulkan bahwa yang dipakai mengarah pada model analisis SWOT milik Albert Humphrey . Berikut tabel analisis SWOT (Cangara, 2016:253) beserta penerapan yang dilakukan oleh M. Miftah.



Gambar 3. Model analisis SWOT

Analisis SWOT memiliki dua sudut pandang, yaitu dari luar (*External*) organisasi dan dalam (*Internal*) organisasi. Organisasi dalam penelitian ini adalah Fraksi PKB. SWOT adalah singkatan dari *strenghts*,

Weaknes, Opportunities, and Threats. Dilihat dari arti SWOT, M. Miftah menerapkan sebagai berikut:

1. *Strengths* atau yang memiliki arti kekuatan. Dalam penerapan ini, M. Miftah membuat strategi dengan langkah pertama mencari tahu kekuatan yang dimiliki oleh PKB di mata masyarakat. Setelah itu, Miftah mulai menganalisis kekuatan yang Dia miliki. Kekuatan itulah yang kemudian mengantarkannya membuat strategi yang tidak bisa dikalahkan, lebih tepatnya kekuatan yang dibuat semenarik mungkin namun tidak berlebihan di mata masyarakat.
2. *Weaknes* atau kelemahan yang dianalisis harus jelas baik itu kelemahan dari partai maupun diri sendiri. Menurutnya, dalam pembuatan strategi harus mengetahui kelemahan dari kedua hal tersebut. Ini bertujuan agar strategi yang dibuat tidak menjadi bumerang untuk Miftah dan partai. Secara logika, jika kelemahan sudah diketahui, sebisa mungkin Miftah beserta anggota PKB lainnya mampu meminimalisir kesalahan.
3. *Opportunities* yang artinya peluang ini mampu membantu strategi yang dirancang berhasil. Menurut pendapat Miftah, baik dirinya maupun PKB harus bisa membaca peluang yang ada di masyarakat. Misalkan bagaimana caranya agar masyarakat mampu memahami politik yang dibawanya bukan politik yang hanya menjanjikan, bagaimana karakteristik masyarakat agar peluang itu muncul dan mampu mengganti alih dengan persepsi yang dibawanya, serta apa saja harapan

masyarakat dengan adanya pemimpin sebagai wakil rakyat diwilayahnya.

4. *Treaths* atau ancaman merupakan analisis yang terakhir padap model analisis SWOT. Miftah menyatakan bahwa dalam merancang strategi saat pemilu, baik Miftah, PKB maupun tim pemenangan harus mengetahui segala ancaman yang ada. Setelah apa saja ancaman yang akan diterima, mereka merencanakan solusi yang akan diambil ketika ancaman-ancaman tersebut terjadi. Meski tidak dapat dipungkiri akan datang ancaman lain yang tidak terduga, setidaknya mereka memiliki gagasan bagaimana cara mendapatkan solusi yang terbaik.

M. Miftah juga menambahkan strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh dirinya dan dilaksanakan bersama tim pemenangannya tidak akan lepas dari sistematika kampanye. Kampanye akan berjalan efektif ketika orang yang melakukan kampanye memenuhi syarat seperti tingkat kepercayaan orang lain terhadap dirinya. Dalam hal ini, Miftah telah berhasil mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Dapat dilihat bukti nyata Miftah mampu menduduki kursi DPRD 2 periode. Kemudian pelaku kampanye harus memiliki daya tarik dan kekuatan. Secara tidak langsung, baik disadari atau tidak, Miftah telah memiliki kedua hal tersebut.

Selain analisis yang telah dipaparkan, M. Miftah juga melakukan beberapa pendekatan kepada masyarakat dalam melebarkan sayapnya. Pendekatan ini bersifat dinamis dan kondisional. Artinya, dinamis karena terus dilakukan baik sebelum terpilih maupun setelah terpilih. Sedangkan kondisional maksudnya, dalam

pendekatan tersebut M. Miftah tidak hanya melaksanakan komunikasi layaknya seperti dia dengan tetangga, melainkan mengadakan beberapa acara yang tidak terjadwal. Acara yang diadakannya pula berlangsung mulai sebelum menjabat hingga saat ini. Miftah mengakui, meskipun dirinya lahir di keluarga Islam, latar belakang pendidikan Islam, serta segala sesuatu yang berhubungan dengan Islam, namun dalam melayani masyarakat dia tidak membeda-bedakan agama dan sosial mereka.

Miftah memiliki tujuan dalam melakukan pendekatan bukan semata-mata karena ingin dikenal dan banyak suara ketika pemilu berlangsung. Namun alasan dia melakukan pendekatan adalah sudah sepatutnya umat Muslim yang baik adalah melakukan silaturahmi dengan sesamanya. Dan ini menjadi poin tambahan ketika pemilu. Biasanya acara yang dilakukan dalam pendekatan kepada masyarakat selalu merangkul masyarakat sekitar. Acara yang terjadwal antara lain mengaji bersama dua minggu sekali yang dilaksanakan dengan sistem anjangsana. Sesibuk apapun, Miftah selalu berusaha meluangkan waktunya. Kemudian adanya bakti sosial untuk anak yatim piatu dan anak-anak yang tinggal di panti asuhan. Dan masih banyak lagi .

Langkah selanjutnya setelah menganalisis dan menjalankan pendekatan, maka strategi yang dilakukan miftah antara lain:

a. Memahami karakteristik masyarakat yang akan memilihnya. Dengan paham situasi dan kondisi daerah pilihannya, Miftah memulai sosialisasi

dengan menyusupkan keinginan dan tujuannya namun tetap menjaga dan memahami kondisi dan karakteristik masyarakatnya. Miftah menjelaskan, ketika memahami karakteristik suatu masyarakat, maka ini merupakan suatu kekuatan untuknya beserta tim dalam melaksanakan sosialisasi.

- b. Ketika mengenalkan diri kepada masyarakat umum, sebisa mungkin menekan kelemahan diri agar tidak terlalu mencolok di depan umum. Memahami apa saja kekurangan diri dan mencari solusi agar tetap mampu berdiri dengan membawa tujuan di depan masyarakat,
- c. Melihat analisis yang membahas mengenai ancama, Miftah memiliki strategi sendiri dalam menghindari berbagai ancaman agar dalam bersosialisasi, dia merasa aman, nyaman, dan pesan politik yang disampaikan mampu diterima oleh masyarakat.
- d. Strategi berikutnya adalah mencari peluang di dalam celah. Sekalipun itu celah yang sulit. Salah satu peluang yang mampu mempengaruhi suaranya kedepan adalah tutur kata yang halus, lembut dan sopan terhadap masyarakat. Attitude yang baik selalu dia kedepankan. Sehingga, ketika kenyamanan terjadi, komunikasi tidak akan mengalami gangguan.

Miftah juga menjelaskan lebih detail dan menarik kesimpulan dari analisis di atas, kampanye yang dilakukan olehnya dibentuk menjadi dua, yaitu secara langsung dan tidak langsung.

a. Secara langsung. Kampanye yang dilakukan oleh M. Miftah yang secara

langsung dilakukan dengan berbagai acara. Bisa dikatakan bahwa kampanye secara langsung berarti kampanye turun ke lapangan. Dalam kampanye tahun 2019 lalu, M. Miftah membuat acara seperti pengajian bersama, tahlilan, hiburan, serta diskusi bersama dengan masyarakat. Waktu untuk melakukan kampanye terbilang kondisional. Sebab Miftah juga memahami beragamnya masyarakat yang ada di dapilnya. Dalam kesempatan itu, digunakan Miftah untuk mendengar keluhan masyarakat dan harapan masyarakat jika Miftah menjadi pemimpin dalam mewakili rakyat.

- b. Secara tidak langsung. Kampanye ini dilakukan oleh Miftah beserta tim dengan memanfaatkan media sosial. Melihat kesibukan yang tengah melanda menjelang pemilu, media sosial sangat membantu kampanye mereka. Mulai dari instagram, facebook, twitter, dan whatsapp, kampanye berupa desain berisi foto dan keterangan lain tentang Miftah disebar. Dalam kampanye tersebut, Miftah dan Tim menarik simpati masyarakat dengan berbagai desain menarik. Mereka berpikir bagaimana sebuah gambar yang mampu menarik perhatian masyarakat namun tidak membuat bosan. Selain berupa brosur, video juga dibuat untuk hiburan namun tidak lepas dari bagaimana video itu mempengaruhi para penonton.

C. SIMPULAN

Strategi komunikasi politik berperan penting dalam mewujudkan tujuan

suatu organisasi maupun individu. Ketepatan strategi komunikasi politik akan membuahkan hasil dengan implikasi yang baik dan benar. Seperti yang dilakukan oleh anggota legislatif terpilih DPRD Kota Salatiga pada pemilu 2019. Dengan menggunakan analisis SWOT, melakukan beberapa pendekatan, serta rancangan strategi seperti memahami karakteristik masyarakat, menekan kelemahan dan memperlihatkan kelebihan, meminimalis ancaman dan tekanan dari luar, serta menggunakan peluang dengan bagus, M. Miftah mampu membuktikan bahwa strategi komunikasi politik meskipun terlihat sederhana namun ketika implikasi dari strategi tersebut baik dan benar, maka hasilnya tidak akan mengecewakan.

IMPLIKASI DAN KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan temuan data berupa dokumen resmi dari KPU, brosur kampanye atas nama M. Miftah, dokumentasi dari sosialisasi, spanduk dan MMT berisi data dari M. Miftah, serta wawancara dari staf PKB, M. Miftah, dan tim sukses mampu menghasilkan sajian karya ilmiah ini. Namun yang masih disayangkan adalah peneliti tidak dapat turun langsung ke lapangan saat terlaksanakannya pemilu, sosialisasi, dan implikasi dari strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh M. Miftah.

Tersajinya penelitian ini tentu memiliki beberapa hambatan. Namun meskipun ditemukan beberapa hambatan, tidak membuat penelitian ini diragukan kebenarannya. Hambatan yang ditemui selama melakukan penelitian antara

lain tidak bisa melihat secara langsung bagaimana penerapan strategi komunikasi politik yang dirancang. Jika tanpa adanya bukti berupa dokumentasi, maka beberapa temuan data masih bisa diragukan kebenarannya. Sehingga peneliti berharap kepada peneliti berikutnya yang mengambil tema sama. Agar kelengkapan data benar-benar lengkap dan bisa dipertanggungjawabkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminulloh, Akhirul. (2020). Strategi Komunikasi Politik Partai pada Pemilu Legislatif 2009: Studi Kasus Partai Keadilan Sejahtera di Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 8, no. 1, Januari-April 2010.
- Arifin, Anwar. (2011). *Komunikasi Politik: Filsafat, Paradigma, Teori, Tujuan, Strategi, dan Komunikasi Politik Indonesia*. (Edisi 2). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Cangara, Hafied. (2018). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. (Edisi 5). Jakarta: Rajawali Pers.
- Effendy, Onong Uchjana. (2006). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Emzir. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Fiske, John. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Edisi Ketiga). Depok: PT Rajagrafindo Persada. Diterjemahkan dari buku asli *Introduction to Communication Studies* oleh Hapsari Dwiningtyas.
- Hatamar Rasyid. (2017). *Pengantar Ilmu Politik "Perspektif Barat dan Islam"*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- <https://KPU-Salatiga.go.id/mengupas-kota-salatiga-partisipasi-pemilu-tertinggi-di-jawa-tengah/> diakses pada 06 Desember 2020.
- <https://www.pkb.id.page/sejarah-pendirian/> diakses pada 06 Desember 2020.
- Kamaluddin, Undang. A dan Muhammad Alfian. (2015). *Dinamika Politik di Indonesia: Perjalanan Politik Sejak Orde*

Lama Hingga Revormasi. Bandung: CV Pustaka Setia.

Masduki, Anang dan Rendra Widyatama. Efektifitas Strategi Komunikasi Politik Elit Muhammadiyah Diy Dalam Pemenangan Pemilu Dpd-Ri Tahun 2014. *Journal of Communication Studies*, Vol. 5, No. 1.

Mukarom, Zaenal. (2016). *Komunikasi Politik*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Nimmo, Dan. (2017). *Komunikasi Politik: Khalayak dan efek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Pimay, Awaludin. (2005). *Paradigma Dakwah Humanis: Strategi dan Metode Dakwah Prof. Kh. Saefudin Zuhri*. Semarang: Rasail.

Sapoetra, Yudistira Arya dkk. (2013). Pengaruh Strategi Komunikasi Terhadap Kinerja Individu dan Kepuasan Kerja. *Jurnal Aplikasi Manajemen* volume II Nomor 3, September 2013.

Subiakto, Henry dan Rachmah Ida. (2014). *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi*. (Edisi 2). Jakarta: Penerbit Kencana Prenamedia Group.

Suryadi, Edi. (2018). *Strategi Komunikasi: Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Thaibah. (2018). Strategi Komunikasi Politik Pemenangan Akmal Ibrahim pada Pilkada Kabupaten Aceh Barat Daya 2017. *Skripsi Komunikasi dan Penyiaran Islam*, UIN Ar-Raniry. Banda Aceh.

Undang-undang Nomor 31 Tahun 2002 tentang Partai Politik.