
**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PARTAI POLITIK
PENDUKUNG HM JAMIN IDHAM-CHALIDIN OESMAN DALAM
PEMENANGAN PEMILUKADA DI NAGAN RAYA**

*Political Communication Strategy of Political Parties Coalition to win
Regional Head Election of HM Jamin Idham-Chalidin Oesman in Nagan
Raya*

Intan Zihnia Syatira, Rahmat Saleh, M. Comn

Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Syiah Kuala

ABSTRAK, Penelitian ini berjudul “Strategi Komunikasi Politik Partai Politik Pendukung HM Jamin Idham-Chalidin Oesman dalam Pemenangan Pemilukada di Nagan Raya”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh partai politik pendukung HM Jamin Idham-Chalidin Oesman beserta kendala yang dihadapi dalam pemenangan pemilukada 2017. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Teori yang peneliti gunakan sebagai acuan dalam penelitian ini adalah teori political marketing. Data dan informasi diperoleh melalui wawancara mendalam dengan ketua atau sekretaris partai politik yang mendukung. Dalam penelitian ini ada beberapa strategi yang digunakan partai politik pendukung HM Jamin Idham-Chalidin Oesman dalam pemenangan pemilukada di Nagan Raya, yaitu mengadakan komunikasi secara internal dan eksternal, survei masyarakat, pengembangan isu positif, door to door campaign, dan merangkul tokoh-tokoh berpengaruh. Sedangkan kendala yang dihadapi dalam pemenangan HM Jamin Idham-Chalidin Oesman yaitu pertama adanya black campaign, kemudian terjadinya miskomunikasi dan adanya intimidasi dari pemerintah.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Politik, Political Marketing, Pemilukada

Strategi Komunikasi Politik Partai Politik Pendukung HM Jamin Idham-Chalidin Oesman dalam Pemenangan Pemilukada di Nagan Raya (Intan Zihnia Syatira, Rahmat Saleh, M. Comn)

Jurnal ilmiah mahasiswa FISIP Unsyiah, Volume 3. No 4. Januari 2019

ABSTRACT, *The research is entitled "Political Communication Strategy of Political Parties Coalition to win Regional Head Election of HM Jamin Idham-Chalidin Oesman in Nagan Raya". This study aims to find out the political communication strategies adopted by the political party coalition to support the winning of HM Jamin Idham-Chalidin Oesman and to understand the challenges faced in this 2017 Regional Head Election. This study applies qualitative research methods by using a descriptive approach. The theory being adopted by the researchers as a reference in this study is political marketing theory. Data and information is obtained through in-depth interviews with the chairman or secretary of the political parties' coalition. In this study, there are several strategies being used by the coalition parties, namely strengthening internal and external communication, conducted community surveys, developing positive issues, door to door campaigns, and engaging influential figures. While the challenges faced by the coalition parties are black campaign, miscommunication and intimidation from the government.*

Keywords: Political Communication Strategy, Political Marketing, Election

PENDAHULUAN

Pemilihan Umum adalah proses substansial dalam penyegaran suatu pemerintah. Andrew Reynolds menyatakan bahwa Pemilihan Umum adalah metode yang di dalamnya suara-suara yang diperoleh dalam pemilihan diterjemahkan menjadi kursi-kursi yang dimenangkan dalam parlemen oleh partai-partai dan para kandidat (Linz,2001:102).

Pada 15 Februari 2017 lalu, masyarakat Aceh telah melaksanakan pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur serta Bupati dan Wakil Bupati/Walikota dan Wakil Walikota untuk periode 2017-2022. Pemilihan Umum Kepala Daerah juga di laksanakan di Nagan Raya. Lima pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Nagan Raya, yaitu pasangan Teuku Raja Keumangan, SH., MH-Said Junaidi, SE meraih nomor urut satu yang didukung oleh Partai Golongan Karya (Golkar), Partai NasDem, Partai Amanat Nasional (PAN) dan Partai Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P). Kemudian pasangan Faisal A Qubsy-Mustafar meraih nomor urut dua yang maju secara perseorangan. Kemudian drh Muhammad Zahed-Samsul Bahri,Bsc meraih nomor urut tiga yang juga maju secara perseorangan. Lalu pasangan Nurchalis, SP., M.Si-Suyanto,

Strategi Komunikasi Politik Partai Politik Pendukung HM Jamin Idham-Chalidin Oesman dalam Pemenangan Pemilukada di Nagan Raya (Intan Zihnia Syatira, Rahmat Saleh, M. Comn)

SE meraih nomor urut empat yang juga maju secara perseorangan. Serta pasangan HM Jamin Idham, SE-Chalidin Oesman, SE meraih nomor urut lima yang didukung oleh Partai Aceh (PA), Partai Demokrat, Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra), Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Partai Bulan Bintang (PBB), Partai Persatuan Pembangunan (PPP) (atjehcyber.com,26 oktober 2016)

Adapun pasangan yang berhasil menjadi Bupati dan Wakil Bupati Nagan Raya adalah pasangan nomor urut lima, yaitu HM Jamin Idham, SE dan Chalidin Oesman, SE dengan perolehan suara sebanyak 45,88% atau 44.437 suara dari total 96.863 suara. (Sumber :website KPU)

Kemenangan yang diperoleh HM Jamin Idham dan Chalidin Oesman tak luput dari strategi-strategi komunikasi politik yang dibangun oleh partai politik pendukung dan kandidat itu sendiri. Strategi komunikasi politik merupakan salah satu kunci keberhasilan sebuah partai politik atau kandidat politik dalam memenangkan Pemilihan Umum. Keberhasilan sebuah partai politik dalam perolehan suara, membuktikan betapa besarnya dukungan dan kepercayaan rakyat terhadap partai politik atau kandidat tersebut. (Firmanzah,2008)

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti ingin meneliti lebih lanjut mengenai *Strategi Komunikasi Politik Partai Politik Pendukung HM Jamin Idham-Chalidin Oesman dalam Pemenangan Pemilukada di Nagan Raya.*

Adapun yang menjadi tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi politik partai politik pendukung HM Jamin Idham-Chalidin Oesman dalam pemenangan pemilukada di Nagan Raya dan untuk mengetahui kendala komunikasi politik yang dihadapi Partai Politik pendukung HM Jamin Idham-Chalidin Oesman dalam Pemenangan Pemilukadia di Nagan Raya

TINJAUAN PUSTAKA

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori dari Less-Marshment yaitu teori *Political Marketing*. Menggunakan metode marketing partai politik dapat mengukur konsekuensi dan efektif media

Strategi Komunikasi Politik Partai Politik Pendukung HM Jamin Idham-Chalidin Oesman dalam Pemenangan Pemilukada di Nagan Raya (Intan Zihnia Syatira, Rahmat Saleh, M. Comn)

serta metode yang digunakan, misalnya pengaruh debat antar wakil-wakil partai dalam mempengaruhi perilaku pemilih (Firmanzah,2008:151)

Dalam marketing politik merujuk pada model Less-Marshment (dalam Inco,2012:21) menunjukkan 3 pendekatan partai, yaitu : *Product Oriented Party (POP)*, *Sales Oriented Party (SOP)*, *Market Oriented Party (MOP)*.

Adnan Nursal (2004:242) mengkategorikan tiga strategi untuk mengkampanyekan kandidat dalam penerapan *political marketing* yaitu *Push Political Marketing*, *Pull Political Marketing*, dan *Pass Political Marketing*.

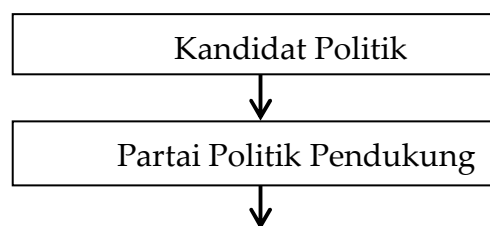
Pada landasan konseptual peneliti menggunakan strategi komunikasi politik merupakan tentang bagaimana proses komunikasi yang terjadi di dalam pemenangan dalam satu pertarungan politik oleh partai politik, atau secara langsung, oleh seorang calon Legislatif atau calon pimpinan daerah, yang menghendaki kekuasaan dan pengaruh sebesar-besarnya di tengah-tengah masyarakat sebagai konstituennya (Abdullah 2008).

Robert Hukshorn (dalam Kacung Marijian, 2013:1235) mengartikan partai politik sebagai kelompok otonom warga yang bertujuan untuk mengajukan nominasi dan bersaing dalam pemilihan umum dengan harapan memperoleh kekuasaan di dalam pemerintahan melalui jabatan publik atau organisasi pemerintah.

Pemilukada merupakan mekanisme demokratis dalam rangka rekrutmen pemimpin di daerah. Rakyat secara menyeluruh memiliki hak dan kebebasan dalam menentukan pilihannya. Sehubungan dengan itu pemilukada adalah bagian dari pemilihan umum dan berbagai alasan lain bahwa mekanisme dan proses penyelenggaraan pemilukada merujuk pada proses penyelenggaraan pemilihan umum.

Berikut kerangka pemikiran dalam penelitian ini :

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



Strategi Komunikasi Politik Partai Politik Pendukung HM Jamin Idham-Chalidin Oesman dalam Pemenangan Pemilukada di Nagan Raya (Intan Zihnia Syatira, Rahmat Saleh, M. Comn)



METODE PENELITIAN

Jenis dari penelitian ini merupakan jenis deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Kriyantono (2006:56) adalah penelitian yang menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Subjek dalam penelitian ini adalah partai-partai politik yang mendukung HM Jamin Idham sedangkan objek dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi politik dalam pemenangan pemilu.

Penelitian ini dilakukan di kabupaten Nagan Raya. Adapun alasan pemilihan lokasi ini karena di Nagan Raya perolehan suara yang diraih oleh Bupati dan Wakil Bupati pada saat pemilu sangat tinggi, mencapai setengah dari total perolehan suara yang ada.

Sumber data primer pada penelitian ini diperoleh langsung dari wawancara yang dilakukan kepada informan terkait dengan Strategi Komunikasi Politik Partai Politik Pendukung HM Jamin Idham-Chalidin Oesman dalam Pemenangan Pemilu di Nagan Raya. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini dilakukan dengan studi kepustakaan (literatur, jurnal, skripsi serta internet).

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Setelah data terkumpul,

Strategi Komunikasi Politik Partai Politik Pendukung HM Jamin Idham-Chalidin Oesman dalam Pemenangan Pemilu di Nagan Raya (Intan Zihnia Syatira, Rahmat Saleh, M. Comn)

peneliti akan melakukan analisis data yaitu reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan (verifikasi).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Strategi komunikasi politik yang digunakan partai politik pendukung HM Jamin Idham-Chalidin Oesman adalah strategi komunikasi secara internal dan eksternal, *door to door campaign*, survei masyarakat, pengembangan isu positif, dan merangkul tokoh-tokoh berpengaruh.

Ada dua bentuk strategi komunikasi politik, yaitu:

Pertama, strategi komunikasi politik yang cenderung mengambil (membentuk) posisi horizontal. Dalam hal ini posisi antara komunikator politik dan komunikan (masyarakat) relatif seimbang (saling memberi dan menerima) sehingga terjadi sharing. Pada penelitian ini terlihat bahwa strategi yang cenderung membentuk horizontal ialah strategi *door to door campaign*, dimana komunikator politik yaitu partai pendukung atau timses dan masyarakat sebagai komunikan saling memberi informasi.

Kedua, strategi komunikasi politik yang cenderung membentuk pola linier. Arus komunikasi (informasi) satu arah cenderung vertikal (*top down*). Dalam penelitian ini strategi yang cenderung membentuk pola linier adalah strategi mengadakan komunikasi secara internal dan eksternal, dimana partai-partai pendukung maupun timses mengadakan komunikasi kepada petinggi partai maupun kepada kandidat politik itu sendiri untuk menyampaikan aspirasi-aspirasi masyarakat serta untuk mencari solusi untuk mengatasi permasalahan yang hadir didalam masyarakat selama kampanye.

Dalam persaingan politik diperlukan sebuah strategi yang dapat merebut hati dan perhatian dari masyarakat, tiga cara untuk menyampaikan pesan politik dari aktor politik kepada khalayak, yaitu *push political marketing*, *pull political marketing* dan *pass political marketing*.

Strategi Komunikasi Politik Partai Politik Pendukung HM Jamin Idham-Chalidin Oesman dalam Pemenangan Pemilu di Nagas Raya (Intan Zihnia Syatira, Rahmat Saleh, M. Comn)

Jurnal ilmiah mahasiswa FISIP Unsyiah, Volume 3. No 4. Januari 2019

Push political marketing adalah pemasaran produk politik secara langsung kepada masyarakat. Dalam strategi ini partai politik pendukung maupun timses secara langsung mendatangi masyarakat untuk memperkenalkan kandidat politik kepada konstituen. *Push political marketing* yang dilakukan oleh partai politik pendukung HM Jamin Idham-Chalidin Oesman yaitu dengan cara berkomunikasi secara langsung dengan masyarakat atau *door to door campaign*. Selain memperkenalkan kandidat kepada masyarakat hal ini juga dilakukan untuk bersosialisasi mengenai janj-janji politik yang akan dilakukan kandidat politik bila nanti menang dalam pemilukada 2017.

Pull political marketing merupakan strategi penyampaian pesan yang dilakukan melalui media massa baik elektronik, cetak dan media sosial. Kehadiran media massa menjadi penting dalam momentum pemilihan umum. Media memiliki kekuatan yang cukup kuat dalam memberi pengaruh kepada masyarakat. Namun pada pemilukada 2017 lalu, pasangan HM Jamin Idham tidak begitu memanfaatkan media massa secara optimal. Meski begitu pasangan ini tetap mencetak brosur untuk dibagikan kepada masyarakat, serta spanduk dan baliho yang diletakkan disetiap sudut kota.

Pass political marketing merupakan strategi penyampaian pesan melalui individu, kelompok, atau organisasi yang mempunyai pengaruh besar terhadap pemilih. Ini strategi dimana sebuah partai menggunakan endorser guna memperkenalkan pesan-pesan politik kepada masyarakat. Dalam memilih merangkul tokoh-tokoh berpengaruh harus tepat karena jika salah dalam memilih maka pesan yang ingin disampaikan akan diabaikan oleh masyarakat atau bahkan akan ditolak. Implementasi dilapangan terlihat bahwa partai dan tim mampu menarik tokoh-tokoh berpengaruh didalam masyarakat untuk mendapat kepercayaan lebih dari masyarakat.

Dalam proses pemenangan HM Jamin Idham-Chalidin Oesman terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh partai politik pendukung maupun timsesnya. Kendala-kendala tersebut adalah yang pertama adanya *black campaign*. Adapun *black campaign* yang didapat oleh pasangan ini ialah beredarnya berita bohong bahwa HM

Jamin Idham dan Chalidin Oesman bukan merupakan keturunan Nagan Raya, ini karena pasangan ini lahir di Aceh Barat bukan di Nagan Raya, sehingga pasangan ini dianggap bukan sebagai putra daerah dan tidak layak untuk dipilih. Selain itu juga beredar isu bahwa Chalidin Oesman tidak bersekolah dan membeli ijazah palsu, sehingga pasangan Teuku Raja Keumangan pernah menggugat di pengadilan mengenai hal tersebut. Tidak hanya itu Chalidin juga disebut sebagai orang "kargo" yang mana menurut masyarakat Nagan Raya orang kargo ialah "tukang olah orang" atau orang yang suka menipu. Kedua, terjadinya miskomunikasi. Miskomunikasi ini sering terjadi akibat kurangnya kemampuan menyampaikan informasi yang dialami oleh beberapa orang sehingga pesan yang ingin disampaikan sering kali tidak tersampaikan dengan baik. Dan Ketiga, adanya intimidasi dari pemerintah. Intimidasi ini biasanya dilakukan kepada kepala-kepala desa, dimana kepala-kepala desa dipaksa untuk mengarahkan masyarakatnya agar memilih salah satu kandidat yang ditentukan. Diketahui bahwa salah satu kandidat dalam pemilukada Nagan Raya merupakan adik kandung dari pemerintah yang menjabat saat itu, kandidat tersebut adalah TR Keumangan. Sehingga aparat-aparat desa sering kali mendapat ancaman dari pemerintah jika tidak mampu memenangkan pasangan TR Keumangan.

KESIMPULAN

Beberapa strategi yang dilakukan oleh partai politik pendukung HM Jamin Idham-Chalidin oesman dalam pemenangan pemilukada di Nagan Raya, yaitu mengadakan komunikasi secara internal dan eksternal, survei masyarakat, pengembangan isu positif, *door to door campaign*, dan merangkul tokoh-tokoh berpengaruh. Dari strategi-strategi tersebut yang menjadi strategi andalan yaitu *door to door campaign*, yaitu kampanye yang dilakukan secara langsung dengan masyarakat.

Selama proses kampanye pemilukada 2017 berlangsung, partai politik pendukung HM Jamin Idham-Chalidin Oesman mengalami beberapa tantangan atau kendala, yaitu pertama adanya *black*

campaign, kemudian terjadinya miskomunikasi dan adanya intimidasi dari pemerintah. Oleh karena itu partai politik pendukung HM Jamin Idham-Chalidin Oesman mengalami kesulitan dalam menjalankan strategi-strategi yang telah disusun, sehingga beberapa strategi harus berjalan dengan tidak optimal.

5.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan hasil yang telah dipaparkan, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Partai politik yang akan mendukung pasangan kandidat tertentu harus mampu mengintegrasikan semua strategi political marketing, mulai dari push political marketing, pull political marketing dan pass political marketing.
2. Partai politik pendukung maupun timsukses harus lebih mampu memanfaatkan media massa dalam melakukan kampanye politik. Selain media massa media sosial juga dapat memberi pengaruh besar kepada masyarakat, mengingat saat ini media sosial adalah media yang paling banyak disenangi oleh masyarakat. Oleh karena itu jika mampu memanfaatkan media massa apalagi media sosial secara optimal maka perolehan suara yang akan didapat bisa lebih banyak dari apa yang sudah dicapai.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Zein. (2008). *Strategi komunikasi Politik dan Penerapannya*. Simbiosis Balai Pengkajian dan Pengembangan Informasi

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

Kriyanto, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta:Kencana

Less-Marshment. (2001). *Political Marketing and British Political Parties: The Party's Just Begun*. Manchester:Manchester University Press

Strategi Komunikasi Politik Partai Politik Pendukung HM Jamin Idham-Chalidin Oesman dalam Pemenangan Pemilu di Nagas Raya (Intan Zihnia Syatira, Rahmat Saleh, M. Comn)

Jurnal ilmiah mahasiswa FISIP Unsyiah, Volume 3. No 4. Januari 2019

Linz, Juan J. (2001). *Menjauhi Demokrasi Kaum Penjahat: Belajar dari Kekeliruan Negara-negara Lain*. Bandung: Mizan

Marijan, Kacung. (2013). *Ilmu Politik dalam Paradigma Abad Ke-21, Sebuah Referensi Paduan Tematis*. Jakarta: Penerbit Kencana

Nursal, Adnan. (2004). *Political Marketing Strategi Memenangkan Pemilu Sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPR, DPD, Presiden*. Jakarta: Gramedia

https://pilkada2017.kpu.go.id/hasil/t2/aceh/nagan_raya

Kajiro. 26 Oktober 2017. *Inilah Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Nagan Raya*. <http://atjehcyber.com/nanggroe/inilah-pasangan-calon-bupati-dan-wakil-bupati-kabupaten-nagan-raya.html>. Diakses 12 Maret 2018

Strategi Komunikasi Politik Partai Politik Pendukung HM Jamin Idham-Chalidin Oesman dalam Pemenangan Pemilukada di Nagan Raya (Intan Zihnia Syatira, Rahmat Saleh, M. Comn)

Jurnal ilmiah mahasiswa FISIP Unsyiah, Volume 3. No 4. Januari 2019