



## Strategi Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera Dalam Meningkatkan Elektabilitas Pada Pilkada 2020 Di Kota Medan

Alan Bangun Siregar<sup>1)</sup> Rudianto<sup>2)</sup> Rahmanita Ginting<sup>3)</sup>

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Program Pascasarjana  
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

[alanregar17@gmail.com](mailto:alanregar17@gmail.com)<sup>1)</sup>  
[rudianto@umsu.ac.id](mailto:rudianto@umsu.ac.id)<sup>2)</sup>  
[rahmanita\\_ginting@umsu.ac.id](mailto:rahmanita_ginting@umsu.ac.id)<sup>3)</sup>

### Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesta demokrasi pada 2020 yang lalu yaitu pemilihan kepala daerah yang dilaksanakan secara serentak dan dalam pemilihan calon kepala daerah di kota Medan diikuti oleh dua calon pasangan yaitu Bobby Nasution dan Akhyar Nasution. Adapun tujuan dari penelitian ini menganalisis strategi komunikasi politik Partai Keadilan Sejahtera dalam meningkatkan elektabilitas pada Pilkada 2020 di Kota Medan serta menganalisis faktor-faktor yang menjadi penghambat dalam penerapan strategi komunikasi politik Partai Keadilan Sejahtera dalam meningkatkan elektabilitas pada Pilkada 2020 di Kota Medan. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian didapatkan bahwa ada tiga jenis strategi komunikasi politik yang paling dominan digunakan oleh pihak PKS pada kontestasi pemilihan walikota yang lalu, yaitu Strategi rasionalisasi, strategi bujukan, dan strategi penguatan. Simpulan strategi rasionalisasi dilakukan dengan cara persuasif kepada masyarakat melalui aktivitas komunikasi door to door, strategi bujukan dilakukan dengan penetapan pasangan calon dinilai mempunyai citra tertentu di masyarakat dan strategi penguatan dilakukan dengan menjelaskan latar belakang pasangan calon yang meraka usung, sedangkan faktor pengambatnya disebabkan oleh penggiringan opini publik mengenai PKS yang identik dengan agama tertentu, keterbatasan logistik sampai dengan adanya dugaan ketidak netralitasan penyelenggara PEMILU.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Politik, Pemilihan Walikota Medan, Partai Keadilan Sejahtera

### PENDAHULUAN

Komunikasi politik secara sederhana dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh aktor-aktor politik dimana pesan-pesan tersebut mengandung unsur politik guna untuk melancarkan atau memenuhi tujuan aktor politik maupun partai politik. Hal ini didukung oleh pendapat ahli politik Surbakti dalam Azhar (2017: 188) menurutnya komunikasi politik merupakan penyampaian informasi mengenai politik dari pemerintah kepada masyarakat maupun sebaliknya. Penyampaian informasi politik, tentunya seorang aktor politik mempunyai berbagai macam strategi yang ia gunakan agar informasi politik tersebut dapat menarik simpati dan empati dari khalayaknya.

Strategi secara sederhana dapat dikatakan sebagai sebuah perencanaan, jika dikaitkan dengan politik, maka peneliti beranggapan bahwa strategi komunikasi politik merupakan suatu proses perencanaan yang digunakan oleh partai politik maupun aktor politik untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkannya. Pemilihan strategi politik oleh partai politik maupun aktor politik merupakan hal yang sangat berpengaruh besar terhadap suatu keberhasilan partai politik

maupun aktor politik untuk memenangkan sebuah kontestasi dalam persaingan perpolitikan dalam hal ini jika dikaitkan adalah pemilihan umum.

Pito (2009: 210-213) dalam komunikasi politik terdapat empat strategi yang dapat digunakan oleh aktor politik dalam kontestasi persaingan pada perpolitikan, (1) strategi penguatan, strategi ini digunakan untuk kontestan yang telah dipilih karena mempunyai citra dimana hal tersebut dibuktikan oleh kinerja politiknya selama mengemban jabatan. (2) strategi rasionalisasi, strategi ini dilakukan untuk mengubah sikap pemilih. (3) strategi bujukan, strategi ini diterapkan oleh kandidat yang dipersepsikan memiliki citra tertentu tetapi juga memiliki kinerja atau atribut-atribut yang cocok dengan citra lainnya. (4) strategi konfrontasi strategi ini diterapkan kepada pemilih yang telah memilih kontestan dengan citra tertentu yang dianggap tidak cocok oleh pemilih dan kemudian kontestan tersebut tidak menghasilkan kinerja yang memuaskan pemilih.

Salah satu penerapan strategi politik dapat kita lihat dari pemilihan kepala daerah 2020 yang lalu. Dimana para kontestan politik berlomba-lomba untuk menerapkan berbagai macam strategi politik guna memenangkan pertarungan politiknya. Salah satu contoh penerapan strategi politik dapat kita lihat pada pemilihan kepala daerah wilayah Simalungun, dimana Anton Ahmad Saragih dan pasangannya Rospita Sitorus yang merupakan kontestan politik yang membawa nama sang adik JR. Saragih sebagai petahana kepala daerah wilayah Simalungun sebelumnya, harus kalah oleh kontestan politik pendatang baru yaitu Radiapoh Hasiholan Sinaga dengan pasangannya Zonny Waldi.

Menurut peneliti dalam kaitannya dengan kontestasi politik wilayah Simalungun Radiapo Hasiholan menggunakan strategi komunikasi politik konfrontasi, pasangan tersebut sering memuculkan bahwasanya selama sang adik menjabat tidak ada kemajuan yang dibawanya untuk wilayah Simalungun. Sehingga hal tersebut berpengaruh besar terhadap perolehan suara dari pasangan nomor empat tersebut, yang merupakan abang dari petahana kepala daerah Simalungun sebelumnya.

Penerapan strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh aktor politik haruslah memperhatikan hal yang sangat fundamental berpengaruh yaitu kredibilitas dan daya tarik dari aktor politik tersebut. Kredibilitas dapat diartikan sebagai cara menyampaikan kebijakan yang dilakukan oleh aktor politik saat kampanye, dan debat publik, selanjutnya daya tarik narasumber dapat diartikan sebagai kemampuan aktor politik dalam menarik simpati dari masyarakat biasanya dapat dilakukan ketika aktor politik berbicara di depan umum, dimana pesan yang disampaikan oleh aktor politik haruslah dapat dipahami dan mampu menarik simpati publiknya.

Pemilihan kepala daerah (Pilkada atau Pemilukada) dilakukan secara langsung oleh penduduk daerah administratif setempat yang memenuhi syarat. Pemilihan kepala daerah dilakukan satu paket bersama dengan wakil kepala daerah. Kepala daerah dan wakil kepala daerah yang dimaksud mencakup Gubernur dan Wakil Gubernur untuk Provinsi, Bupati dan Wakil Bupati untuk Kabupaten, Walikota dan Wakil Walikota untuk Kota.

Pemilihan kepala daerah 2020 dilakukan secara serentak di 270 daerah di Indonesia dengan rincian 9 Provinsi, 224 Kabupaten dan 37 Kota. Dimana untuk pemenang dalam kontestasi pemilihan kepala daerah tersebut sudah diumumkan oleh Komisi Pemilihan Umum sebagai penyelenggara dalam pemilihan tersebut. Walaupun demikian *euforia* dari pelaksanaan pemilihan umum tersebut masih terasa dan menjadi tanda tanya sampai dengan saat ini sehingga sangat menarik untuk dikaji tentang penerapan strategi komunikasi politiknya. Hal ini dikarenakan partisipasi masyarakat yang memutuskan untuk tidak memilih dalam pemilihan kepala daerah masih terbilang cukup tinggi.

Partisipasi masyarakat dalam kontestasi perpolitikan yang relatif rendah salah satunya dipengaruhi oleh elektabilitas aktor politik yang rendah pula pada masyarakat. Secara harfiah elektabilitas berasal dari serapan kata *electability* yang artinya keterpilihan. Sedangkan menurut (Sugiono, 2008: 29) elektabilitas dapat diartikan sebagai ketertarikan seseorang dalam memilih orang lain untuk menduduki suatu jabatan dalam pemerintahan. Apabila dikaitkan dengan partai politik dan aktor politik, elektabilitas dapat dikatakan sebagai tingkat

keterkenalan partai politik maupun aktor politik pada publik atau dengan kata lain elektabilitas merupakan upaya yang dilakukan untuk menarik empati dan simpati dari publik.

Elektabilitas politik dan popularitas politik merupakan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan. Sebab apabila suatu kontestan politik memiliki elektabilitas yang tinggi tetapi ia tidak populer di masyarakat maka masyarakat tidak akan memilihnya sebab masyarakat tidak mengenalinya, sebaliknya demikian jika partai politik populer di masyarakat belum tentu ia layak untuk dipilih dalam kontestasi perpolitikan. Sehingga untuk memenangkan suatu kontestasi pertarungan politik, partai politik maupun aktor politik harus memperhatikan elektabilitas dan popularitasnya di masyarakat.



Gambar 1.1 Pencitraan Politik PKS

Dimana pihak Partai Keadilan Sejahtera memanfaatkan kepopolaritasan Ustad Abdul Somad yang memiliki jamaah atau pengikut yang cukup banyak untuk memperoleh dukungan suara terkhusus suara dari umat Islam. Melihat fenomena tersebut peneliti merasa tertarik untuk meneliti lebih jauh lagi bagaimana “Strategi Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera Dalam meningkatkan Elektabilitas Pada PILKADA 2020 di Kota Medan”. Mengingat pasangan tersebut hanya di dukung oleh dua partai politik saja.

## METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dengan jenis data kualitatif. Metode penelitian deskriptif berguna untuk memaparkan situasi atau peristiwa yang terjadi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Canggara (2013: 60) menyatakan bahwa strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Dengan kata lain untuk mencapai tujuan tersebut terlebih dahulu kita harus mempunyai rencana yang sangat matang guna untuk melalui segala kemungkinan hal yang akan terjadi kedepannya.

Strategi bukan hanya sekedar alat untuk mencapai tujuan saja, tetapi strategi juga harus berfungsi sebagai peta jalan yang akan menunjukkan arah dan menunjukkan taktik operasionalnya. Penetapan suatu strategi, terlebih dahulu harus memperhatikan hal-hal tertentu yang diprioritaskan. Intinya strategi adalah perencanaan atau planning dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan yang hanya dapat dicapai melalui taktik operasional (Effendy, 2020: 301).

Sebuah strategi komunikasi hendaknya mencakup segala sesuatu yang dibutuhkan untuk mengetahui bagaimana berkomunikasi dengan khalayak sasaran. Strategi komunikasi

mendefinisikan khalayak sasaran, berbagai tindakan yang akan dilakukan, mengatakan bagaimana khalayak sasaran akan memperoleh manfaat berdasarkan sudut pandangnya, dan bagaimana khalayak sasaran yang lebih besar dapat dijangkau secara lebih efektif.

Pemilihan strategi untuk mencapai sebuah keberhasilan diperlukan kematangan dalam perencanaan dengan kata lain terlebih dahulu kita kenali agar dapat menetapkan pilihan yang tepat dalam setiap pola dasar. Ada sederetan strategi tunggal dimana pilihan khusus mengenai kerangka persyaratan tergantung pada citra yang diinginkan dan tujuan-tujuan organisasi. Menurut (Pito, dkk, 2009 : 210-213) dalam komunikasi politik terdapat empat strategi yang dapat digunakan oleh aktor-aktor politik yaitu:

1. Strategi penguatan (*Reinforcement strategy*). Strategi ini dapat digunakan untuk sebuah kontestan yang telah dipilih karena mempunyai citra tertentu dan citra tersebut dibuktikan oleh kinerja politik selama mengembangkan jabatan politik tertentu.
2. Strategi Rasionalisasi (*rationalization strategy*). Strategi ini dilakukan kepada kelompok pemilih yang sebelum telah memilih kontestan tertentu yang disukai pemilih akan tetapi kinerjanya kemudian tidak sesuai dengan citra tersebut. Strategi rasionalisasi ini dilakukan untuk mengubah sikap pemilih dan harus dilakukan secara hati-hati.
3. Strategi bujukan (*Inducement strategy*). Strategi ini dapat diterapkan oleh kandidat yang dipersepsikan memiliki citra tertentu tapi juga memiliki kinerja atau atribut-atribut yang cocok dengan citra lainnya.
4. Strategi konfrontasi (*Confrontation strategy*). Strategi ini diterapkan kepada para pemilih yang telah memilih kontestan dengan citra tertentu dianggap tidak cocok oleh pemilih dan kemudian kontestan tersebut tidak menghasilkan kinerja yang memuaskan pemilih

Dalam penelitian ini keseluruhan strategi komunikasi politik baik strategi penguatan, strategi rasionalisasi, strategi bujukan dan strategi konfrontasi keseluruhannya dipergunakan pada kontestasi pemilihan calon walikota Medan pada 2020 yang lalu, tetapi ada porsinya masing-masing.

Analisis yang peneliti lakukan strategi rasionalisasi, strategi penguatan, dan strategi bujukan merupakan strategi komunikasi politik yang dominan digunakan baik dari partai keadilan sejahtera maupun pasangan calon yang mereka usung dan tim pemenangannya, sedangkan strategi konfrontasi merupakan strategi yang hanya menjadi pendukung untuk dipergunakan.

Strategi rasionalisasi dilakukan oleh pihak Partai Keadilan Sejahtera, pasangan calon yang di usung maupun relawan dan tim pemenangan dengan cara persuasif kepada masyarakat Kota Medan. kegiatan persuasif ini bertujuan untuk mengubah sikap pemilih, hal itu dilakukan dengan menjumpai langsung masyarakat di kota medan untuk menyampaikan bahwasanya pemilihan kepala daerah ini merupakan suatu hal yang penting jadi cobalah pilih dengan hati nurani, dengan memperhatikan visi misi, program kerja dan latar belakang politik kandidat. Bukan hanya sekedar pemberian dari kontestan politik tersebut.

Strategi ini dilakukan oleh pasangan Akhyar Nasution dan wakilnya karena mereka mengetahui kelemahan mereka ada pada sisi logistik, dalam hal ini segi logistik diartikan sebagai dana kampanye yang mereka miliki. Hal ini mengingat dana kampanye dari kedua pasangan tersebut terlalu jauh perbedaannya. Sehingga pasangan AMAN menyadari mereka sulit untuk menggapai suara dari masyarakat pragmatis yang memberikan suara hanya berdasarkan pada pemberian materi yang dilakukan. Untuk mensiasati kekurangan tersebut dari pihak PKS mensiasatinya dengan mempergunakan strategi rasionalisasi ini dengan tujuan mampu mengubah pola pemikiran ataupun pilihan dari masyarakat.

Strategi penguatan yang dilakukan oleh partai keadilan sejahtera dalam hal kontestasi pemilihan walikota medan adalah dengan memilih calon pasangan yang memang mengerti mengenai politik atau berlatar belakang dari dunia politik. Setelah mencari nama pasangan calon yang akan di usung oleh pihak partai keadilan sejahtera dengan koalisinya munculah dua nama yaitu Akhyar Nasution yang merupakan calon petahana dan Salman Al-fahriz wakilnya yang merupakan anggota dari DPRD Provinsi Sumatera Utara.



Pemilihan kedua pasangan tersebut dilatar belakangi oleh pengalaman mereka sebagai orang yang sudah lama berkecimbung di dalam dunia perpolitikan terlebih lagi jabatan terakhir sebelum maju dalam kontestasi pemilihan mereka memang telah bekerja di dunia politik, selain itu style kepemimpinan mereka juga cukup bisa diandalkan untuk dapat mengambil hati dari masyarakat.

Sisi lainnya, pemilihan pasangan tersebut juga di dasari pada waktu yang semakin singkat untuk mencari lawananding dari Bobby Nasution untuk bertarung dalam kontestasi pemilihan walikota Medan, sehingga lawan saing mereka haruslah memang orang yang memiliki elektabilitas dan ketenaran yang tinggi di mata masyarakat sehingga terbentuklah pasangan AMAN yang dianggap mampu untuk bersaing terlebih lagi pemilihan kedua pasangan tersebut juga mendapat respon yang positif dari masyarakat kota Medan.

Strategi bujukan dalam kontestasi pemilihan walikota Medan dilakukan dengan menunjuk kedua pasangan yang mampu mewakili citra berbagai macam suku dan agama yang ada di Sumatera Utara, seperti yang kita ketahui bersama bahwasanya kehidupan masyarakat di Kota Medan terdiri dari berbagai macam Multikulturalisme yang ada. Sehingga untuk dapat memenangkan pemilihan kepala daerah partai politik haruslah mampu menghadirkan kandidat pasangan yang mampu mewakili citra dari etnik maupun agama tertentu yang ada di Kota Medan.

Hal ini coba dilakukan oleh Partai Keadilan Sejahtera dengan mengusung Akhyar Nasution sebagai calon kepada daerah yang dinilai nasionalis sehingga mampu merebut hati berbagai macam etnis masyarakat yang ada di Kota Medan, pemilihan wakil walikota pun di dasarkan hal yang sama bahwa sosok Salman Al-fahriz di dianggap mampu merebut pangsa pasar dari kalangan muslim sebab latar belakang beliau yang merupakan seorang agamis yang telah terkenal di kota Medan. seperti yang diketahui dalam beberapa dekade pemilihan umum terakhir khususnya di Sumatera Utara, masyarakat selalu terpecah oleh agama.

Beberapa dekade belakangan agama Islam atau muslim masih terbelang mendominasi untuk pemilihan kepala daerah di Sumatera Utara, seperti kemenangan Edy Rahmayadi dan Mussa Rajeksha melawan Djarot Saiful Hidayat dan Sihar Sitorus dalam pemilihan gubernur terakhir. Diharapkan pemilihan Salman Al Fahriz sebagai calon wakil walikota dapat mengulangi kesuksesan yang sama untuk menarik pangsa pasar suara dari kalangan umat muslim, mengingat Kota Medan di Dominasi Masyarakat Muslim di dalamnya.

Sementara untuk strategi konfrontasi tidak dipergunakan dikarenakan lawan dari pasangan AMAN sama sekali tidak memiliki pengalaman dalam dunia politik sebelumnya sehingga masyarakat tidak bisa menetapkan pilihan terhadap pasangan tersebut terlebih lagi kinerja pasangan pesain AMAN tersebut tidak memiliki track recordnya dalam bidang politik. Sehingga menurut tim pemenang strategi ini tidak perlu dilakukan dengan alasan yang telah peneliti jelaskan sebelumnya.

Penerapan strategi politik tentunya haruslah di dukung dengan bentuk komunikasi politik yang digunakan dengan tujuan agar saling mendukung demi sebuah keberhasilan yang ingin di tuju. Menurut Arifin, (2003: 65) terdapat beberapa bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh komunikator politik untuk mencapai tujuan politiknya, yaitu :

1. Retorika, dalam komunikasi politik retorika digunakan oleh aktor-aktor politik untuk mempengaruhi masyarakat melalui pesan-pesan politik yang diberikan. Menurut Irippannusir, Zulkarnain & Ginting (2019: 37-46), Pesan politik dalam kontestasi perpolitikan dapat diartikan sebagai pernyataan yang disampaikan secara tertulis, verbal maupun non-verbal, tersembunyi atau terang-terangan, baik yang disadari maupun tidak dimana isinya keseluruhan mengandung bobot politik yang dapat disampaikan menggunakan sarana media, seperti media massa (cetak, elektronik maupun media sosial), maupun tanpa media seperti komunikasi sosial, interpersonal maupun kelompok misalnya partai politik (DPP, DPW, DPD, dan DPC). Dalam penelitian ini retorika dilakukan dengan membuat suatu program yang disebut dengan canvassing. Dimana kegiatan canvassing dilakukan dengan cara turun langsung ke masyarakat yang dilakukan oleh relawan. Adapun yang

- dilakukan oleh relawan tersebut adalah dengan memperkenalkan visi-misi, program kerja maupun hal lain sebagainya dengan tujuan agar masyarakat yang di tuju terpengaruhi untuk memilih pasangan AMAN, atau kegiatan ini di analogikan seperti kegiatan sales untuk menjual barang kepada masyarakat.
2. *Agitasi Politik*, berasal dari bahasa Yunani yaitu *Agitare*, yang artinya bergerak atau menggerakkan. Salah satu kegiatan agitasi politik dilakukan dengan membentuk program kerja yang akan dilakukan oleh pasangan ini apabila nantinya terpilih sebagai pemimpin Kota Medan, salah satu program dari agitasi politiknya adalah Medan Berkarakter dan Medan Aman. Medan aman merupakan salah satu program kerja untuk membangun kota Medan tetap dengan memperhatikan lingkungan sekitarnya, sedangkan medan berkarakter bertujuan untuk membuat masyarakat kota Medan yang terdiri dari masyarakat multikulturalisme menjadi lebih berkarakter dengan bisa menghargai satu samalainnya.
  3. *Propaganda*, berasal dari bahasa Latin *Propagare*, yang artinya menanamkan tunas suatu tanaman. Dalam pemilihan Walikota Medan 2020 lalu kegiatan propaganda dilakukan dengan sebuah pernyataan yang menyatakan bahwasanya untuk memimpin Kota Medan diperlukan sebuah pemimpin yang sudah berpengalaman dalam dunia politik dan mempunyai kepemimpinan yang telah teruji sebelumnya.
  4. *Public Relations Politics*, merupakan suatu upaya alternatif dalam mengimbangi propaganda yang dianggap membahayakan kehidupan sosial dan politik. *Public Relations Politics* bertujuan untuk menciptakan hubungan saling percaya, harmonis, terbuka atau akomodatif antara politikus, profesional atau aktivis (komunikator) dengan khalayak (kader, simpatisan, masyarakat umum). Kegiatan *public relations politics* dilakukan dengan pasangan calon Walikota turun langsung menyapa masyarakat kota Medan dengan tujuan untuk menangkap semua aspirasi dari masyarakat. Hal ini beberapa kali pernah dilakukan oleh Akhyar Nasution dengan menjumpai kelompok nelayan yang ada di kawasan Medan Belawan untuk mendengar keluhan mereka, sedangkan wakilnya Salman Al-Fariz pernah beberapa kali mengunjungi pengajian masyarakat dengan tujuan yang sama untuk menyerap aspirasi dari masyarakat.
  5. *Kampanye Politik*, mengingat kontestasi pemilihan Walikota kemarin diadakan dalam keadaan pandemi kampanye politik yang dilakukan secara langsung mungkin bersifat terbatas karena adanya peraturan dari KPU yang tidak memperbolehkan pengumpulan massa dalam bersekala besar, selain itu kampanye politik juga dilakukan secara masih menggunakan tenaga para relawan dengan program Pak Otang, Pak Otang merupakan salah satu program yang di gagas oleh tim pemenangan dengan cara menyapa 40 rumah yang ada di sekitaran rumah relawan untuk menyampaikan visi-misi, program kerja dan alasan mengapa harus memilih pasangan AMAN, selain itu kampanye politik juga dilakukan dengan penempatan alat peraga kampanye di beberapa titik strategis yang ada di kota Medan, dengan tujuan mampu menarik perhatian dari masyarakat yang melintas, dan yang terakhir kampanye politik juga dilakukan dengan pemanfaatan media massa, baik media sosial, media cetak maupun media elektronik.
  6. *Lobi Politik*, dalam pemilihan Walikota Medan yang lalu adapun lobi-lobi politik dilakukan dengan berkunjung ke beberapa organisasi dari tingkat tertinggi sampai dengan tingkat terendah, salah satu organisasi yang pernah dikunjungi oleh pasangan calon yang di usung oleh Partai Keadilan Sejahtera ini adalah Muhammadiyah, Al-Wasliyah, Aisyiyah, Serikat Buruh Muslim Kota Medan, sampai dengan pengajian maupun perwiran ibu-ibu ataupun bapak-bapak ditingkat paling terendah,
  7. *Media Massa*, Media, informasi dan teknologi komunikasi telah menjadi kebutuhan primer bagi publik untuk mengimplementasikan literasi media. Intensitas terpaan media dan informasi yang tinggi akan cukup menjadi alasan bahwa literasi media perlu menjadi isu penting (Ginting, 2020). Merujuk dari pendapat ahli tersebut peneliti menemukan bahwa penggunaan media massa pada masa pemilihan Walikota Medan kemarin sangatlah penting pemanfaatannya. Dalam penelitian ini pemanfaatan literasi media dilakukan

dengan pembentukan media sosial yang di bentuk oleh relawan yang di kenal dengan nama Salman Al-Fariz Center (SAFC) dimana media sosial dimaksudkan untuk merebut pangsa pasar suara dari kalangan kaum milenial mengingat bagi kaum milenial literasi media sudah menjadi kebutuhan primer. selain itu pihak PKS juga memanfaatkan media mainstream seperti radio, televisi ataupun koran yang merupakan siaran lokal untuk menjangkau pemilih yang tidak bisa terjangkau oleh relawan maupun alat peraga kampanye. Sebab Komisi Pemilihan Umum telah memperbolehkan untuk setiap kunjungan yang dilakukan pasangan calon walikota boleh memberikan bingkisan atau cinderamata kepada masyarakat. Mengingat dana kampanye yang dimiliki oleh pasangan AMAN terbatas menjadi penghalang terbesar untuk melakukan hal tersebut. Sehingga dengan berat hati mereka harus merelakan pangsa pasar suara dari pemilih yang pragmatis atau memilih karena suatu imbalan.

Faktor selanjutnya yang menjadi penghambat dalam penerapan strategi komunikasi politik yang peneliti temui dari hasil wawancara peneliti dengan tim pemenangan pasangan AMAN dan Pelaksana tugas DPD Partai Keadilan Sejahtera Kota Medan adalah faktor yang berasal dari penyelenggara kontestasi pemilihan walikota tersebut. Dimana menurut informan karena kompetitor dari pasangan AMAN ini merupakan representasi dari pihak penguasa yang merupakan menantu dari orang nomor satu di Indonesia saat ini penyelenggara pemilu sering berlaku tidak adil pada saat pengawasan kampanye yang dilakukan.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian Strategi Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera Dalam Meningkatkan Elektabilitas Pada PILKADA 2020 Di Kota Medan, yang telah peneliti lakukan maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi politik Partai Keadilan Sejahtera yang paling dominan digunakan pada PILKADA 2020 di Kota Medan adalah strategi rasionalisasi, strategi penguatan, dan strategi bujukan. Strategi rasionalisasi dilakukan oleh pihak Partai Keadilan Sejahtera, pasangan calon yang di usung maupun relawan dan tim pemenangan dengan cara persuasif kepada masyarakat Kota Medan. kegiatan persuasif ini bertujuan untuk mengubah sikap pemilih, hal itu dilakukan dengan menjumpai langsung masyarakat di kota medan untuk menyampaikan bahwasanya pemilihan kepala daerah ini merupakan suatu hal yang penting jadi cobalah pilih dengan hati nurani, dengan memperhatikan visi misi, program kerja dan latar belakang politik kandidat. Bukan hanya sekedar pemberian dari kontestan politik tersebut. Sedangkan strategi penguatan dilakukan partai keadilan sejahtera dengan memilih calon pasangan yang memang mengerti mengenai politik atau berlatar belakang dari dunia politik. Terlebih lagi yang mereka pilih merupakan calon petahana sehingga mereka hanya tinggal melanjutkan program-program kerja yang telah dilakukan sebelumnya seperti memperbaiki infrastruktur yang ada di Kota Medan sekaligus mempercantik taman-taman yang ada di Kota Medan dan lain sebagainya. Strategi bujukan dalam kontestasi pemilihan walikota medan dilakukan dengan menunjuk kedua pasangan yang mampu mewakili citra berbagai macam suku dan agama yang ada di Sumatera Utara, dimana Akhyar Nasution mewakili unsur nasionalis, sedangkan wakilnya Salman Al-Fahriz Mewakili kaum Agamis terkhususnya Umat Muslim.
2. Adapun faktor-faktor yang menjadi penghambat dalam penerapan strategi komunikasi politik partai keadilan sejahtera dalam PILKADA 2020 di Kota Medan diantaranya adanya penggiringan opini bahwasanya Partai Keadilan Sejahtera dianggap hanya mewakili agama tertentu saja yaitu islam, sehingga mereka sangat sulit untuk merebut pangsa pasar suara dari kaum non-muslim yang ada di Kota Medan, faktor penghambat selanjutnya adalah kelemahan dari segi logistik pasangan yang mereka usung dalam hal ini adalah dana kampanye. Sehingga mereka tidak mampu menjangkau pemilih yang pragmatis (memilih



karena adanya imbalan), dan faktor penghambat yang terakhir adalah pihak Partai Keadilan Sejahtera merasa adanya ketidak netralan lembaga penyelenggara pemilihan umum maupun lembaga pemerintahan yang ada di Kota Medan dalam kontestasi pemilihan kepala daerah pada 2020 yang lalu.

## SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi politik yang digunakan lebih bervariasi lagi guna untuk menarik simpati dari masyarakat, selain itu walaupun pihak Partai Keadilan Sejahtera merupakan oposisi dari pemerintah sebaiknya tidak bersifat tertutup kepada partai-partai politik lainnya guna untuk mendapatkan dukungan dari para kader-kader partai politik yang ada. Selain itu penelitian ini diharapkan juga dapat dimanfaatkan sebagai referensi penelitian lainnya. Terkhusus dalam penelitian mengenai strategi komunikasi politik partai politik untuk menaikkan elektabilitas pasangan yang mereka usung dalam pertarungan perpolitikan.
2. Pada pertarungan politik untuk kedepannya pihak Partai Keadilan Sejahtera haruslah memiliki persiapan yang matang baik dari segi pemilihan pasangan, persiapan logistik, maupun target dan pangsa pasar suara. Bukan hanya mengandalkan suku ataupun agama tertentu sebagai target pangsa pasar utama suara, mengingat secara umum mengingat penduduk Indonesia yang terdiri dari masyarakat multikultural.

## DAFTAR RUJUKAN

- Aida, Nur Rohmi (2020) Daftar 270 Daerah Yang Gelar Pilkada Serentak 9 Desember 2020. Kompas.com: Jakarta.
- Arifin, Anwar (2003) Komunikasi Politik: Paradigma Teori Aplikasi Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia. Balai Pustaka: Jakarta.
- Armi Zahlul, (2017) Strategi Komunikasi Politik Pasangan Calon Walikota Banda Aceh Pada PILKADA 2017. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry: Banda Aceh.
- Azhar, Anang Anas, (2017) Komunikasi Politik Untuk Pencitraan. Perdana Publishing: Medan.
- Cangara, Hafied (2009) Komunikasi Politik: Konsep, Teori Dan Strategi. Rajawali Pes: Jakarta.
- Effendy, Onong Uchjana, (2020) Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktik. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Ginting, Rahmanita (2020). Kemampuan Literasi Media Pada Era Informasi Digital Di Kalangan Mahasiswa Kota Medan. Talenta Conference Series: Local Wisdom, Social, And Arts (LWSA), 3(1). <https://doi.org/10.32734/lwsa.v3i1.816>
- Irpannusir, Zulkarnain I, & Ginting, Rahmanita (2019). Analisis Model Komunikasi Pada Partai Politik Lokal Dan Partai Politik Nasional Di Dewan Perwakilan Rakyat Aceh. Persepsi: Communication Journal. 3(1) 36-46.
- Nur, Emilsyah (2019), Strategi Komunikasi Tim Sukses Pada Kampanye Politik Untuk Memenangkan Calon Legislatif Di Kota Makassar. Jurnal Diakom Nomor 1 (2) 2019 (120-128).
- Pito, Toni Andrianus, dkk (2009) Mengenal Teori-teori Politik dari Sistem Politik Sampai Korupsi. Nuansa: Bandung.
- Ramadhansari, Ika Fatma (2020) Pilkada Kota Medan 2020: Pemenangnya Bukan Mantu Jokowi, Tapi Golput. Bisnis.com: Jakarta.
- Syofian, Ridho (2020) Strategi Komunikasi Politik Partai Golongan Karya (GOLKAR) Dalam Pemilu Legislatif Tahun 2019 di Kabupaten Kuantan Singingi. Jurnal JOM FISIP Universitas Riau (7) 2020, 1-13.
- Sugiyono (2014). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta: Bandung.