

**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK DEWAN PIMPINAN CABANG
PARTAI PERSATUAN PEMBANGUNAN (DPC PPP) MAJENE PADA
PEMILIHAN LEGISLATIF DI KAB. MAJENE**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Jurusan Ushuluddin
Adab dan Dakwah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene

Oleh:

ABD. RAHMAT PAUDZI
NIM: 30356120054

JURUSAN USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH

STAIN MAJENE

2025

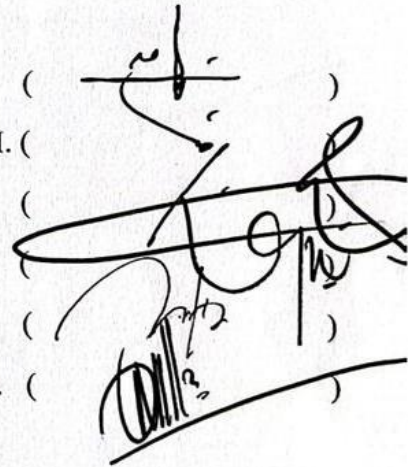
PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Politik Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan (PPP) Pada Pemilihan Legislatif Di Kab. Majene” yang disusun oleh Abd. Rahmat Paudzi, NIM. 30356120054, mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Jurusan Ushuluddin Adab dan Dakwah STAIN Majene, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang Munaqasyah yang diselenggarakan pada hari Selasa, tanggal 15 Oktober 2024 M, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) Pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dengan beberapa perbaikan.

Majene, 20 Juli 2025 M

DEWAN PENGUJI

Ketua : Dr. Abd. Fattah, M.Pd. ()
Sekretaris : Muhammad Nur Murdan, S.Th.I., M.Th.I. ()
Munaqisy I : Muh. Aswad, S.Kom.I., M.Sos. ()
Munaqisy II : Nurul Islam. S.Kom., M.Si. ()
Pembimbing I : Muhtar, M.I.Kom. ()
Pembimbing II : Ir. Mila Jumarlis, S.Pt., S.Kom., M.Kom. ()



Diketahui oleh :

Ketua Jurusan Ushuluddin Adab dan Dakwah



Dr. Abd. Fattah, M.Pd.
NIM 19630817199803100

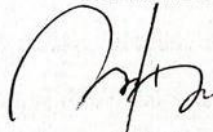
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Penulisan skripsi saudara Abd. Rahmat Paudzi, Nim: 30356120054, Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam pada Jurusan Ushuluddin Adab dan Dakwah STAIN Majene, setelah meneliti dan mengoreksi secara seksama proposal skripsi berjudul “Strategi Komunikasi Politik Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan (PPP) Pada Pemilihan Legislatif Di Kab.Majene” memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat diuji pada ujian munaqasyah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk diproses lebih lanjut.

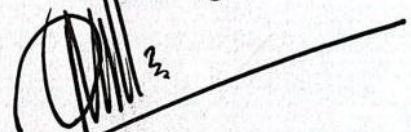
Majene, 11 Oktober 2024

Pembimbing I



Muhtar, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP: 198706062019031007

Pembimbing II



Ir. Mila Jumalis, S.Pt., S.Kom., M.Kom
NIP: 198609052019032011

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Abd. Rahmat Paudzi
Nim : 30356120054
Tempat Tanggal Lahir : Simullu, 06 Juny 2002
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Jurusan : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Alamat : Simullu, Kel. Baruga, Kec. Banggae Timur, Kab. Majene,
Prov. Sulawesi Barat
Judul : Strategi Komunikasi Politik Dewan Pimpinan Cabang
Partai Persatuan Pembangunan (PPP) Pada Pemilihan
Legislatif Di Kab.Majene

Menyatakan dengan Sesungguhnya dan penuh kesedaran bahwa skripsi ini benar adalah karya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya, batal demi hukum.

Majene, 11 Oktober 2024



Abd. Rahmat Paudzi
NIM. 30356120054

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan judul “Strategi Komunikasi Politik Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan (PPP) Pada Pemilihan Legislatif Di Kab.Majene” dan tak lupa pula sholawat serta salam tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW, yang menjadi teladan sepanjang masa.

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam untuk memperoleh gelar sarjana. Dalam proses penulisan ini ada suka dan maupun duka yang saya rasakan saat menulis karya ini, untuk menyelesaikan pekerjaan dibawah gelar sarjana ini, peneliti akan menggunakan semua kemauannya yang kuat, Upaya yang luar biasa, dan juga kesabaran yang tidak ada habisnya untuk menyelesaikan pekerjaan ini.

Skripsi ini saya persembahkan kepada pihak yang telah membantu dan mendoakan sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan, terutama untuk kedua orang tua tercinta Pintu Surga Saya, bapak Syahrir R.A dan ibu Rasnah R.A atas segala pengorbanan, baik tenaga maupun materi, doa, bimbingan, dan cinta kasi yang tulus yang menjadi sumber kekuatan penulis. Ucapan terima kasih yang tulus juga penulisan sampaikan kepada kakak saya Muhammad Fachrul Bahri dan saudari kembar saya Paudia Sari yang selalu siap membantu, memberikan dukungan dan doa serta selalu sabar menghadapi perubahan mood penulis. Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Wasilah Sahabuddin, S.T, M.T. selaku Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene, Bapak Dr. Muliadi, S.Ag., M.Sos.I. selaku Wakil Ketua I STAIN Majene, Bapak Dr. Suddin Bani,

- M.Ag. selaku Wakil Ketua II STAIN Majene, Bapak Dr. Anwar Sadat, S.Ag., M.Ag. selaku Wakil Ketua III STAIN Majene. Bapak Dr. Abd. Fattah, M.Pd. selaku Ketua Jurusan Ushuluddin, Adab, dan Dakwah.
2. Bapak Muhtar, M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Bapak telah menjadi pemimpin yang bijaksana, memberikan arahan, serta selalu mendukung saya dan seluruh mahasiswa lainnya dalam menjalani masa perkuliahan. terima kasih, Bapak, atas segala perhatian dan waktu yang telah Bapak luangkan untuk membimbing kami semua.
 3. Bapak Aldiawan S.Kom.I.M.Sos selaku dosen penasehat akademik saya. Bapak telah menjadi sosok yang selalu memberikan bimbingan, nasihat, dan dorongan di setiap langkah perjalanan akademik saya. Dalam setiap pertemuan, saya selalu menemukan kebijaksanaan dan ketulusan Bapak dalam mendampingi saya melewati berbagai tantangan.
 4. Bapak Muhtar, M.I.Kom selaku Pembimbing I dan Ibu tersayang Ir. Mila Jumarlis, S.Pt., M.Kom. selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta dukungan yang tak ternilai selama penyusunan skripsi ini. Namun, di balik rasa syukur yang mendalam, ada perasaan sedih yang mengiringi ucapan terima kasih ini. Bapak dan Ibu telah menjadi pemandu yang sabar, memberikan cahaya di saat saya merasa buntu, dan dengan tulus membimbing saya menuju penyelesaian tugas akhir ini. Terima kasih dari lubuk hati yang paling dalam atas segala perhatian dan bimbingan yang telah diberikan.
 5. Bapak Aldiawan S.Kom.I.,M.Sos selaku Penguji I dan Bapak Nurul Islam. S.Kom.,M.Si. selaku Penguji II yang telah dengan tegas dan kritis memberikan evaluasi serta masukan berharga terhadap karya ini, sejak dari

seminar proposal hingga ujian munaqasyah. Terima kasih telah "menghajar" karya ini dengan penuh perhatian dan dedikasi, sehingga saya dapat belajar dan tumbuh menjadi pribadi yang lebih baik dalam bidang akademik.

6. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan ilmu, bimbingan, serta motivasi selama masa studi.
7. Para staf Jurusan Ushuluddin Adab dan Dakwah yang telah membantu dan memberikan pelayanan terbaik dalam pelayanan administrasi sehingga mempermudah penulis dalam proses pendidikan.
8. Kepada keluarga besar Kalian adalah pilar kekuatan saya, yang selalu memberikan doa, dukungan, dan cinta tanpa syarat di setiap langkah perjalanan ini. Di saat saya merasa lelah dan hampir menyerah, kalian selalu ada untuk menyemangati, memberikan dorongan, dan menjadi sandaran yang tak tergantikan. Keberhasilan ini tidak akan pernah tercapai tanpa kehadiran kalian di sisi saya.
9. Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan Majene, yang telah memberikan ruang untuk melakukan penelitian, terimakasih atas segala bantuan yang telah diberikan serta kesediaan meluangkan waktu untuk memberikan informasi yang sangat berharga dalam menunjang penelitian ini.
10. Dengan hati yang berat, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada keluarga besar KPI angkatan 20 yang telah memberikan semangat dan motivasi yang tiada henti kepada penulis. Terutama kepada Ayu, Ica, Indah, Ammi, Rindi, Purnama, Yusran, Faid, dan Gibran, sahabat-sahabat terbaik yang selalu menjadi tempat berkeluh kesah, berbagi dukungan, dan

menyemangati satu sama lain sepanjang perjalanan perkuliahan ini. Tiga tahun di Kota Majene bersama kalian telah meninggalkan kenangan yang begitu berharga dan akan selalu terpatri dalam hati. kini tiba saatnya untuk mengucapkan selamat tinggal pada masa-masa yang penuh makna ini. Rasa syukur ini mungkin tak cukup terungkapkan dengan kata-kata, namun izinkan saya mengucapkan terima kasih dari lubuk hati yang terdalam. Semoga *Palluluareang'* ini tidak akan pernah pudar, meski jarak dan waktu memisahkan kita.

11. Kepada keluarga besar Ikatan Mahasiswa Mandar Majene Indonesia (IM3I). Organisasi ini telah menjadi tempat bernaung, belajar, dan bertumbuh selama masa perkuliahan saya. Di sini, saya menemukan arti dari kebersamaan, perjuangan, dan persaudaraan yang sejati. IM3I bukan hanya sebuah organisasi, melainkan rumah kedua, tempat di mana saya menemukan pengetahuan dan tanggung jawab dalam kehidupan. Terima kasih telah memberi warna pada hari-hari saya, dan memberikan dukungan yang tak terhingga.
12. Untuk diriku yang telah melalui begitu banyak rintangan dan tantangan, aku ingin mengucapkan terima kasih. Terima kasih telah bertahan, berjuang, dan tidak menyerah meskipun terkadang terasa begitu sulit. Setiap langkah, keringat, dan air mata yang telah kamu keluarkan adalah bukti dari keteguhan dan semangat yang tak pernah padam. Kamu telah membuktikan bahwa tidak ada halangan yang terlalu besar untuk dihadapi, dan tidak ada mimpi yang terlalu jauh untuk dicapai. Terima kasih telah percaya pada dirimu sendiri, bahkan saat dunia seakan meragukan. Setiap keputusan yang kamu buat, setiap usaha yang kamu lakukan, semuanya telah membawamu ke titik ini. titik di mana kamu bisa melihat kembali

perjalananmu dengan rasa bangga. Jangan pernah lupakan betapa berharganya dirimu, dan bagaimana setiap perjuangan ini telah menjadikanmu lebih kuat, lebih bijak, dan lebih siap untuk menghadapi apa pun yang ada di depan. Terimakasih Telah Berjuang.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca, serta berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

Majene, 11 Oktober 2024



Abd. Rahmat Paudzi
NIM 30356120054

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Penelitian	8
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Kajian Pustaka	10
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	18
BAB II TINJAUAN TEORITIS	20
A. Political Campaign (Kampanye Politik)	20
B. Strategi Komunikasi.....	24
C. Komunikasi Politik	31
D. Kerangka Konseptual.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
A. Jenis dan Lokasi Penelitian	38
B. Pendekatan Penelitian	39
C. Sumber Data	39
D. Metode Pengumpulan Data	40
E. Instrumen Penelitian	42
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	42
G. Pengujian Keabsahan Data.....	44
BAB IV STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK DEWAN PIMPINAN CABANG PARTAI PERSATUAN PEMBANGUNGAN MAJENE PADA PEMILIHAN LEGISLATIF DI KAB.MAJENE	45

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	45
B. Strategi Komunikasi Politik Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan Majene Pada Pemilihan Legislatif di Kab. Majene	48
C. Hambatan Strategi Komunikasi Politik Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan Majene Pada Pemilihan Legislatif di Kab. Majene.....	77
BAB V PENUTUP	83
A. Kesimpulan.....	83
B. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Olahan Peneliti merujuk pada Sumber Rekapitulasi Hasil Perhitungan Suara Dari Setiap Kecamatan di Tingkat Kabupaten/Kota Dalam Pemilihan Umum Anggota DPRD Kabupaten/Kota Tahun 2014.....	3
Tabel 1.2 Olahan Peneliti merujuk pada Sumber Rekapitulasi Hasil Perhitungan Suara Dari Setiap Kecamatan Di Tingkat Kabupaten/Kota Dalam Pemilihan Umum Anggota DPRD Kabupaten/Kota Tahun 2019.....	5
Tabel 1.3 Olahan Peneliti merujuk pada Sumber Rekapitulasi Hasil Perhitungan Suara Dari Setiap Kecamatan Tahun 2014 dan 2019	6
Tabel 1. 4 Tabel Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	15
Tabel 1.5 Informan Penelitian	41
Tabel 1.6 Olahan Peneliti Merujuk Pada Dalam Pemilihan Tetap Untuk Setiap TPS Dalam Pemilihan Umum Tahun	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Pemilu Sulawesi Barat	4
Gambar 1. 2 Tahap-Tahap Proses Perencanaan Kampanye.....	21
Gambar 1. 3 Kerangka Konseptual.....	35
Gambar 1.4 Logo PPP Tahun 2024	45
Gambar 1.5 Muktamar VIII Partai Persatuan Pembangunan tanggal 15-18 Oktober 2014 di Surabaya.	63
Gambar 1.6 Jadwal Pemilu 2019	69

ABSTRAK

Nama : Abd. Rahmat Paudzi
Nim : 30356120054
Program Studi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam (KPI)
Judul : Strategi Komunikasi Politik Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan (DPC PPP Majene) Pada Pemilihan Legislatif Di Kab. Majene.

Penelitian ini berjudul Strategi Komunikasi Politik Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan (DPC PPP) Majene Pada Pemilihan Legislatif Di Kab.Majene. bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi politik DPC PPP Majene dalam pemilihan legislatif di Kab.Majene. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini dikaitkan dengan teori *Political Campaign* (kampanye politik), Adapun analisis yang digunakan analisis interaktif Miles and Huberman. Hasil penelitian ini mengungkapkan Pertama, Strategi komunikasi politik DPC PPP Majene dalam pemilihan legislatif di Kabupaten Majene difokuskan pada kekuatan partai yang berkuasa, dengan Bupati Majene berasal dari PPP. Para calon legislatif juga menerapkan berbagai pendekatan komunikasi politik yang intensif, berupaya keras untuk memenangkan pemilihan legislatif 2019.Kedua, DPC PPP Majene tidak sepenuhnya menerapkan seluruh konsep teori kampanye politik, khususnya dalam aspek analisis masalah dan evaluasi. Ketiga, Hambatan DPC PPP Majene terletak pada kepemimpinan Asnudding Sokong yang tidak aktif. Kemudian tantangan terdapat pada calon legislatif DPC PPP Majene menghadapi berbagai hambatan yang terletak pada tantangan, baik dari segi persaingan internal, kampanye hitam, persepsi terhadap perempuan, maupun politik identitas.

Kata Kunci: DPC PPP Majene, Strategi Komunikasi Politik, Kampanye Politik.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia sebagai sebuah negara kesatuan dengan sistem pemerintahan republik, mengutamakan kepentingan umum dengan pemerintah yang dipilih oleh rakyat. Proses pemilihan dilakukan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil, sesuai dengan prinsip-prinsip Pancasila dan undang-undang dasar negara republik Indonesia 1945.

Prinsip demokrasi diterapkan di Indonesia, Dimana kekuasaan negara berasal dari rakyat, untuk rakyat, dan dikelola oleh rakyat, sejalan dengan pasal 1 ayat 2 undang-undang dasar 1945 amandemen keempat, yang menegaskan bahwa kedaulatan berada di tangan rakyat dan dijalankan sesuai dengan undang-undang dasar.¹

Semarak dinamika politik di Indonesia dapat di lihat dari pesta demokrasi yang dilakukan oleh para partai politik dari tingkat pusat hingga ke daerah. Kontestasi antar partai politik dalam upaya memikat perhatian masyarakat selalu menarik untuk diikuti, terutama Ketika mereka berusaha mengemas ide-ide yang sudah ada namun dengan penyajian yang baru. Dinamika ini menciptakan sebuah pertarungan strategi yang menarik, Dimana partai politik berkompetisi untuk menyampaikan visi dan misi mereka melalui serangkaian kegiatan komunikasi politik.

Menurut Voltmer komunikasi politik, komunikasi yang melibatkan interaksi antara institusi dan aktor politik, media berita, serta warga negara, setiap bentuk komunikasi politik yang berasal dari partai politik, kelompok kepentingan

¹Harold Y. Pattiasina, "Strategi Komunikasi Politik Pdi Perjuangan Kabupaten Maluku Tengah Pada Pemilu 2014," *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik* 19, no. 1 (2015): 18.

atau media yang memiliki tujuan untuk menyampaikan informasi kepada warga negara dan memengaruhi pandangan atau sikap mereka.²

Fenomena komunikasi dan politik dianggap meresap ke segala aspek kehidupan, karena keduanya dianggap ada di setiap tempat dan waktu, Hal ini disebabkan oleh keterlibatan setiap individu dalam aktivitas komunikasi dan politik.

Pencapaian komunikasi politik tidak luput dari strategi komunikasi politik, Menurut Arifin strategi komunikasi politik adalah serangkaian keputusan yang disesuaikan dengan situasi saat ini, dengan tujuan untuk mencapai hasil masa mendatang.³ Strategi komunikasi politik sangat diperlukan bagi para parpol dan caleg yang akan bersaing nantinya dalam kompetisi demokrasi, tanpa adanya komunikasi politik maka akan sulit meraih dukungan dari masyarakat.

Dalam konteks agama islam strategi komunikasi politik juga dibahas dalam surah An-Nur ayat 55:

قَبْلَهُمْ مِنْ نَ الَّذِي اسْتَخْلَفَ كَمَا الْأَرْضِ فِي لَيْسَتْخَلَفَتْهُمْ

Terjemahnya:

Allah telah menjanjikan kepada orang-orang di antara kamu yang beriman dan yang mengerjakan kebajikan, bahwa Dia sungguh, akan menjadikan mereka berkuasa di bumi, sebagaimana Dia telah menjadikan orang-orang sebelum mereka berkuasa.

Terjemahnya dalam Bahasa Mandar:

Anna Puang Alla Taala pura manjanji (mattalli') di to matappa' disesemu anna mappogau' ammal shaleh mua' Diangi (Puang Allah Taala) na mappakuasai di lino, miapai Diangi mappajari to diandiannapa (to diolo') kuasa.

²Studi Atas and Pemenangan Benyamin, *Pilar Saga Ichsan Pada Pilkada Kota Tangerang Selatan Tahun 2020*) Oleh :, 2022.

³Fajar Junaedi et al., "Komunikasi Politik Di Indonesia," n.d.

Pesan utama dari ayat ini adalah pentingnya iman dan kebajikan dalam mencapai keberhasilan, yang dapat dihubungkan dengan bagaimana strategi komunikasi politik yang baik juga merupakan kunci penting dalam memenangkan dukungan dan kepercayaan masyarakat. Strategi komunikasi politik yang matang dapat membantu memperkuat citra dan reputasi politisi, partai politik, atau calon legislatif di mata masyarakat. Melalui pesan-pesan yang disampaikan dengan tepat dan strategi komunikasi yang baik, mereka dapat memperoleh dukungan yang kuat dari pemilih dan masyarakat umum.

Komunikasi Politik dilakukan pada setiap tahap kontestasi politik, mulai pemilu tingkat nasional hingga pemilihan legislatif provinsi, kota, dan kabupaten. Pemilihan legislatif tahun 2014 di Kabupaten Majene dibagi ke dalam 3 daerah pemilihan Majene 1 (Banggae dan Banggae Timur), Majene 2 (Pamboang, Sendana, Tammerodo Sendana, dan Tubo Sendana), Majene 3 (Ulumanda dan Malunda), sebanyak 12 partai politik berpartisipasi dalam persaingan ketat untuk meraih dukungan pemilih.

Tabel 1. 1 Olahan Peneliti merujuk pada Sumber Rekapitulasi Hasil Perhitungan Suara Dari Setiap Kecamatan di Tingkat Kabupaten/Kota Dalam Pemilihan Umum Anggota DPRD Kabupaten/Kota Tahun 2014

Nama Parpol	Majene 1	Majene 2	Majene 3	Hasil hitungan suara 3 Dapil	Jumlah Kursi
PPP	1.525	1.964	589	4.078	0
NASDEM	2.922	3.201	507	6.630	2
PKB	3.867	177	1.867	5.911	2
PKS	2.134	2.189	538	4.861	2
PDI	4.073	4.685	565	9.323	2
GOLKAR	2.797	5.563	1.517	9.877	2

melakukan berbagai strategi, taktik, dan pendekatan untuk memenangkan pemilu tersebut.

Tabel 1. 2 *Olahan Peneliti merujuk pada Sumber Rekapitulasi Hasil Perhitungan Suara Dari Setiap Kecamatan Di Tingkat Kabupaten/Kota Dalam Pemilihan Umum Anggota DPRD Kabupaten/Kota Tahun 2019.*

Nama Parpol	Majene 1	Majene 2	Majene 3	Hasil hitungan suara 3 Dapil	Jumlah Kursi
PKB	4.172	2.322	1.698	8.192	2
GERINDRA	3.416	2.165	2.925	8.506	3
PDI	2.328	1.173	249	3.750	2
GOLKAR	3.885	7.428	1.831	13.144	3
NASDEM	1.370	1.053	28	2.451	0
GARUDA	0	0	0	0	0
BERKARYA	84	107	28	219	0
PKS	2.843	3.253	11	6.107	2
PERINDO	547	64	2	613	0
PPP	6.528	7.187	2.866	16.581	5
PSI	1.380	2.079	8	3.467	1
PAN	5.039	2.002	2.782	9.823	2
HANURA	2.161	927	12	3.100	1
DEMOKRAT	5.478	3.187	1.110	9.775	4
PBB	1.259	531	2	1.792	0
PKPI	1.078	1.142	1	2.221	0

Dari semua partai politik DPC PPP Majene menunjukkan perolehan yang cukup signifikan antara tahun 2014 dan 2019 dalam hal perolehan kursi, seperti ditunjukkan oleh tabel dibawah ini:

**Tabel 1. 3 Olahan Peneliti merujuk pada Sumber Rekapitulasi Hasil Perhitungan Suara
Dari Setiap Kecamatan Tahun 2014 dan 2019.**

Tahun Pileg	Majene 1	Majene 2	Majene 3	Hasil suara	Total kursi
2014	1.525	1.964	589	4.078	0
2019	6.528	7.187	2.866	16.581	5

Pemilihan legislatif tahun 2014 dimenangkan oleh partai amanat nasional (PAN) dengan total suara dari tiap-tiap dapil 12.249 suara, Sebagai partai yang sudah lama mengikuti kegiatan pemilihan umum DPC Majene tentu telah mengalami pasang surut yang dimana dapat kita lihat pada tahun 2014 DPC PPP Majene tidak mendapatkan sama kursi sama sekali, hal ini tentu dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya bagaimana cara dari partai tersebut memiliki strategi komunikasi politik. Sedangkan pileg tahun 2019 DPC PPP Majene justru mengalami peningkatan suara dari 3 dapil di Majene sebanyak 16.581 suara dan meraih kemenangan pada pileg 2019, serta perolehan kursi di dominasi oleh DPC PPP Majene.

Menurut Alam Bangun Siregar dalam tesis nya, dia menganalisis strategi komunikasi politik partai keadilan sejahtera dalam meningkatkan elektabilitas pada pilkada 2020 di kota medan, dalam 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. 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. PKS memanfaatkan kepopolaritasan Ustad Abdul Somad yang memiliki jamaah atau pengikut yang cukup banyak untuk memperoleh dukungan suara terkhusus suara dari umat islam.⁴

Berdasarkan penelitian tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa strategi komunikasi politik merupakan salah satu faktor yang memengaruhi tingkat keterpilihan partai politik. Oleh karena itu, hal ini sesuai dengan mendominasi nya DPC PPP Majene dalam hasil suara Pemilihan Legislatif di Kabupaten Majene pada tahun 2014 hingga 2019 menandakan elektabilitas yang cukup tinggi. Keberhasilan ini menegaskan peran kunci komunikasi politik dalam memperoleh dukungan publik dan meraih kemenangan dalam proses pemilihan legislatif.

Kemampuan partai politik untuk mempertahankan keberadaannya dalam pemilihan umum sangat tergantung pada kebijakan komunikasi politik yang mereka terapkan. Strategi komunikasi yang dibuat secara khusus dapat membantu membangun dan memperkuat identitas partai. Masyarakat perlu melihat dan memahami nilai-nilai, visi, dan misi, dan Program yang diusung oleh DPC PPP Majene

⁴A B Siregar, R Rudianto, and ..., "Strategi Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera Dalam Meningkatkan Elektabilitas Pada Pilkada 2020 Di Kota Medan," *Jurnal Ilmiah Muqoddimah* 2023.

DPC PPP Majene, setelah tidak memperoleh kursi dalam pemilihan legislatif tahun 2014, dihadapkan pada tantangan yang besar untuk meningkatkan dukungan dan meraih kemenangan dalam pemilihan legislatif tahun 2019. Peneliti menyoroti pentingnya kemampuan partai politik untuk memilih strategi komunikasi politik yang sesuai, Salah satunya kampanye politik (*Political Campaign*), setiap strategi kampanye politik harus disusun dengan cermat, serta mempertimbangkan faktor-faktor seperti tujuan kampanye, target pemilih, pesan politik yang akan di sampaikan, media dan saluran komunikasi yang akan digunakan, serta alokasi sumber daya yang tersedia.

Berangkat dari permasalahan yang peneliti jelaskan maka peneliti mengambil judul strategi komunikasi politik dewan pimpinan cabang Partai Persatuan Pembangunan (PPP) pada pemilihan legislatif di Kab.Majene. Penelitian ini berfokus untuk menjelaskan strategi komunikasi politik DPC PPP Majene serta hambatan pada pemilihan legislatif di Kab.Majene, dengan memberikan jawaban atas kedua hal tersebut, maka penelitian ini akan memberikan gambaran yang mendalam tentang bagaimana strategi komunikasi politik DPC PPP Majene dalam menghadapi pemilihan legislatif tahun 2019.

B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Penelitian

Fokus dari penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Politik Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan (PPP) Pada Pemilihan Legislatif Di Kab.Majene, serta apa saja peluang dan hambatan DPC PPP Majene dalam pemilihan legislatif di Kab.Majene.

Sedangkan deskripsi fokus penelitian di atas adalah Strategi komunikasi politik yang merupakan rencana atau pendekatan sistematis yang dirancang dan diimplementasikan oleh aktor politik, partai politik, kandidat atau pemerintah. Salah satu bentuk Strategi komunikasi politik yang dapat diterapkan adalah

Konsep *political campaign* dengan menggunakan kampanye politik dapat mencapai tujuan utama dari strategi komunikasi politik yakni untuk membangun citra positif, mempengaruhi opini publik, dan mencapai tujuan politik tertentu, seperti memenangkan pemilu, mendapatkan dukungan dari pemilih atau meningkatkan legitimasi politik. Strategi komunikasi politik merupakan tahapan-tahapan yang tersistematis yang dilakukan oleh Dewan Pimpinan Cabang Partai Politik Persatuan Pembangunan (PPP) Majene, sebagai berikut:

a. Memahami Khalayak,

Pemahaman terhadap aspek psikologis audiens yang terkait dengan politik, seperti keyakinan, kepentingan, dan motivasi, baik yang bersifat politik maupun nonpolitik, sangat penting. Selain itu, perlu juga untuk mengidentifikasi dan memahami kebutuhan serta motivasi audiens yang akan menjadi target politik. Ini mencakup pengetahuan audiens tentang isu-isu krusial, kemampuan mereka dalam memahami pesan media, dan pengetahuan mereka tentang politik.

b. Menyusun pesan persuasif

Tema dan materi pesan politik Tema dan konten pesan politik harus disesuaikan dengan audiens agar efektif dalam merayu hati mereka. Persyaratan utama pesan yang dapat mempengaruhi adalah bahwa pesan tersebut harus menarik perhatian. Keinginan audiens untuk melihat politikus sebagai figur publik saat mereka menyampaikan pesan politik memungkinkan penerimaan perhatian ini. Selain itu, pesan politik akan lebih menarik perhatian jika politikus memberikan harapan atau hasil yang relevan dengan kebutuhan, baik itu kebutuhan kelompok maupun individu.

c. Menetapkan metode

Memilih cara penyampaian dan isi pesan politik yang sesuai. Berbagai metode komunikasi dapat dipilih berdasarkan situasi dan kondisi audiens seperti Redundancy, Canalizing, Informative, Persuasif, Educatif, Cursive.

d. memilih dan memilih media yang diperlukan

Sangat penting untuk memilih dan memilih media komunikasi politik dengan hati-hati agar sesuai dengan situasi dan kondisi khalayak, dengan mempertimbangkan sistem komunikasi politik di wilayah atau negara.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti menyimpulkan suatu masalah yaitu:

1. Bagaimana Strategi Komunikasi Politik Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan (PPP) Pada Pemilihan Legislatif Di Kab.Majene?
2. Apa saja hambatan dan Tantangan Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan (PPP) Pada Pemilihan Legislatif Di Kab.Majene?

D. Kajian Pustaka

Dalam kajian pustaka, Peneliti melihat penelitian sebelumnya yang relevan dan berkaitan dengan mereka sendiri. Dengan demikian, mereka memiliki rujukan sebagai pendukung dan pelengkap serta sebagai perbandingan saat mereka membuat proposal. Ini adalah hasil penelitian sebelumnya:

1. Muhammad Wakhidin 2021 dengan tesis penelitian “Strategi Komunikasi Politik Partai Persatuan Pembangunan Dalam Mendiseminasi Nilai-Nilai Islam Di Kabupaten Banjar Negara”. dia menemukan bahwa audiens dalam struktur politik tingkat atas dapat dikelompokkan berdasarkan strategi komunikasi politik PPP bersama struktur politik PPP. PPP

mengadopsi konsep AIDDA dalam pembuatan pesan yang bersifat persuasif, dengan menggunakan berbagai metode seperti informatif, edukatif, dan pembelajaran dalam penyampaian pesan tersebut. Sementara itu, audiens dalam infrastruktur politik dikategorikan sebagai kelompok sosial oleh PPP. Dalam hal penggunaan media, PPP cenderung tidak mengandalkan media massa, melainkan lebih sering menggunakan komunikasi interpersonal atau langsung. PPP juga mengimplementasikan ide AIDDA dalam pembuatan pesan persuasifnya, dengan menerapkan metode kombinasi seperti Redudancy, Informatif, Persuasif, Pendidik, dan Cuersive. Secara keseluruhan, PPP menggunakan pendekatan komunikasi politik yang mirip baik dalam hal media maupun pendekatan komunikatifnya, dengan lebih menekankan pada komunikasi interpersonal ketimbang media massa.⁵ Persamaan penelitian di atas dengan peneliti sama-sama meneliti tentang strategi komunikasi politik, menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, serta menggunakan model analisis interaktif. Perbedaan penelitian di atas dengan peneliti adalah, penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi politik partaipersatuan pembangunan dalam mendiseminasi nilai-nilai Islam Di Kabupaten Banjar Negara dengan suprastruktur politik dan infrastruktur politik sedangkan penelitian sekarang berfokus pada strategi komunikasi politik DPC PPP Majene pada pemilihan legislatif, Objek yang berbeda, teori yang digunakan berbeda, lokasi penelitian yang berbeda.

2. Aida Farichatul Laila, Khoirul Muslimin, Lukman Hakim (2021) dengan judul penelitian “Taktik Komunikasi Politik Partai Nasdem Dalam Memenangkan Pemilu Legislatif 2019” Hasil penelitian menunjukkan

⁵W.MUKHAMMAD, “Strategi Komunikasi Politik Partai Persatuan Pembangunan Dalam Mendiseminasi Nilai-Nilai Islam Di Kabupaten Banjarnegara,” 2021, 26–28.

bahwa semua narasumber memiliki ragam modalitas yang luas, serta motivasi dan keinginan yang kuat untuk meraih kemenangan dengan memperoleh dukungan dari masyarakat pemilih. Dalam upaya persuasi, para calon legislatif tidak hanya mengandalkan komunikasi langsung sebagai strategi komunikasi politik; mereka juga memanfaatkan pendekatan komunikasi dalam kelompok dan antarpribadi. Selain itu, untuk meyakinkan masyarakat sasaran, mereka juga menggunakan pendekatan door-to-door.⁶ Persamaan penelitian di atas dengan peneliti sama-sama meneliti tentang strategi komunikasi politik, menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, serta menggunakan model analisis interaktif. Perbedaan penelitian di atas dengan peneliti adalah, objek yang berbeda, teori yang digunakan berbeda, dan lokasi penelitian yang berbeda.

3. Jurnal Hasan Basri 2021 dengan judul “Strategi Komunikasi Politik DPD Partai Golkar Pada Pemilu Legislative Aceh 2019”. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian empiris tersebut memfokuskan pada strategi komunikasi politik Dewan Pimpinan Daerah Partai Golkar dan berbagai aspek strateginya. Penelitian kepustakaan dilakukan dengan menelaah berbagai sumber seperti bahan primer dan sekunder mengenai strategi komunikasi politik Dewan Pimpinan Partai Golkar. Penelitian ini difokuskan pada strategi DPD Partai Golkar dalam pemilu legislatif 2019. Selama kampanye pemilu legislatif 2019, Partai Golkar mengadopsi pendekatan komunikasi politik yang terorganisir, mulai dari tingkat pimpinan pusat hingga kader di pedesaan, untuk menyampaikan pesan politik secara merata. Mereka berupaya mendidik masyarakat, merespons

⁶K Muslimin and L Hakim, “Taktik Komunikasi Politik Partai Nasdem Dalam Memenangkan Pemilu Legislatif 2019,” *Journal Of Communication* 2021.

aspirasi masyarakat, dan mensosialisasikan kampanye yang ditujukan untuk pemilihan legislative. Pengurus DPD Golkar menggunakan berbagai metode, termasuk media, sebagai sarana untuk menyampaikan program kerja mereka kepada masyarakat. Namun, tantangan muncul ketika sebagian masyarakat tidak menerima pesan politik tersebut dan enggan berkomunikasi dengan anggota partai karena kurang minat terhadap aktivitas politik, lebih tertarik pada praktik manipulasi politik, atau sudah memiliki pilihan pada kandidat dari Partai Golkar.⁷ Persamaan penelitian di atas dengan peneliti sama-sama meneliti tentang strategi komunikasi politik partai politik, menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, Perbedaan penelitian di atas dengan peneliti adalah, penelitian di atas menggunakan deskriptif empiris, objek yang berbeda, teori yang digunakan berbeda, dan lokasi penelitian yang berbeda.

4. Wahyudi 2023 dengan tesis penelitian “Strategi Komunikasi Partai Politik Berbasis Islam PKB, PPP, dan PKS Dalam Meningkatkan Elektabilitas Partai Di Kabupaten Jember. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PKB Kabupaten Jember berusaha menarik perhatian pemilih muda dengan mengadakan beberapa kegiatan, seperti Ngopi bareng di Alun-alun Kabupaten Jember, Buka Bersama dengan mahasiswa dari berbagai organisasi kampus di kantor DPC PKB Jember, dan halal bihalal dengan masyarakat umum. Sementara itu, PPP menggunakan kombinasi metode yang lebih kompleks dibandingkan dengan metode yang digunakan oleh PKB, seperti reduksi, informasi, persuasi, pendidikan, dan menarik. PKS juga melakukan berbagai kegiatan dan survei untuk memahami keinginan masyarakat dalam pemilu ini. Langkah-langkah yang diambil oleh PKS

⁷Hasan Basri, “Strategi Komunikasi Politik Dpd Partai Golkar Pada Pemilu Legislatif Aceh Tengah 2019,” *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 10, no. 1 (2021): 26.

untuk mendapatkan dukungan masyarakat termasuk pelatihan kader dan calon legislator, informasi melalui media dan iklan, serta menjaga keterlibatan struktur kepengurusan dan silaturahmi. Untuk meningkatkan elektabilitas mereka dalam pemilihan, PKB menggunakan metode seperti Pendidikan Dasar Politik, Pendidikan Dasar Perempuan Bangsa, Gardabangsa dan Gemasaba, Mengaji & Manaqib, serta Roadshow ke Pondok Pesantren Se-Kabupaten Jember. Strategi PPP dalam kinerja partai pada pemilu 2019 di Kabupaten Jember melibatkan caleg, pimpinan partai, mobilisasi dana, dan pemanfaatan media cetak dan elektronik. Demikian pula, PKS juga menggunakan strategi politik, memberikan informasi melalui media iklan, menjaga aktifitas struktur kepengurusan, dan menjalankan gerakan silaturahmi.⁸ Persamaan penelitian di atas dengan peneliti sama-sama meneliti tentang partai politik, menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, Perbedaan penelitian di atas dengan peneliti adalah Fokus penelitian yang berbeda, Tujuan penelitian yang berbeda, Objek yang berbeda, lokasi penelitian yang berbeda.

⁸WAHYUDI, "Strategi Komunikasi Partai Politik Berbasis Islam PKB, PPP, Dan PKS Dalam Meningkatkan Elektabilitas Partai Di Kabupaten Jember," 2023, 63.

Tabel 1. 4 Tabel Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

Penelitian Terdahulu	Penelitian Sekarang	
Muhammad Wakhidin 2021	Persamaan	Perbedaan
tesis penelitian “Strategi Komunikasi Politik Partai Persatuan Pembangunan Dalam Mendiseminasi Nilai-Nilai Islam di Kabupaten Banjar Negara”	<ul style="list-style-type: none"> - Persamaan dari penelitia ini dengan penelitian sekarang yakni sama-sama meneliti strategi komunikasi politik. - Menggunakan deksriptif kualitatit - Menggunakan analisis interaktif Miles and Huberman. 	<ul style="list-style-type: none"> - Penelitian ini berfokus pada Strategi Komunikasi Politik Partai Persatuan Pembangunan Dalam Mendiseminasi Nilai-Nilai Islam Di Kabupaten Banjar Negara, dengan suprastruktur politik dan inprastruktur politik dan menggunakan konsep AIDDA. - Sedangkan penelitian sekarang berfokus pada strategi komunikasi politik dengan menggunakan teori <i>Political campaign</i> (kampanye politik) - Objek penelitian berbeda - Lokasi penelitianBerbeda
Aida Farichatul Laila, Khoirul Muslimin, Lukman Hakim (2021)	Persamaan	Perbedaan

<p>Meneliti Taktik Komunikasi Politik Partai Nasdem Dalam Memenangkan Pemilu Legislatif 2019”</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian sekarang yakni sama-sama meneliti strategi komunikasi politik. 	<ul style="list-style-type: none"> - penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi politik, menggunakan teori Elobarotion Likelihood Model Theory (ELM), dengan konsep paradigma positivisme. Sedangkan Penelitian sekarang menggunakan teori <i>Political campaign</i> (kampanye politik). - Objek penelitian berbeda - Lokasi penelitian Berbeda
<p>Hasan Basri (2021)</p>	<p>Persamaan</p>	<p>Perbedaan</p>
<p>Judul penelitian “Strategi Komunikasi Politik Partai DPD Partai Golkar Pada Pemilu Legislatif Aceh Tengah 2019”</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian sekarang yakni sama-sama meneliti strategi komunikasi politik. - Menggunakan deksriptif kualitatif 	<ul style="list-style-type: none"> - Penelitian ini menggunakan theory komunikasi, sedangkan peneletian sekarang menggunakan teori <i>Political campaign</i> (kampanye politik) . - Objek penelitian berbeda - Lokasi penelitian Berbeda
<p>Wahyudi</p>	<p>Persamaan</p>	<p>Perbedan</p>

(2023) Tesis Penelitian		
Strategi Komunikasi Partai Politik Berbasis Islam PKB, PPP dan PKS dalam meningkatkan elektabilitas di kabupaten jember.	<ul style="list-style-type: none"> - Sama-sama meneliti tentang partai politik - Penelitian deskriptif kualitatif 	<ul style="list-style-type: none"> - Fokus penelitian yang berbeda - Tujuan penelitian yang berbeda. - Lokasi penelitian yang berbeda. - Teori yang berbeda.

Abd. Rahmat Paudzi (2024)

Penelitian Abd.Rahmat Paudzi dengan judul “Strategi Komunikasi Politik Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan (PPP) Pada Pemilihan Legislatif Di Kab.Majene.” bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi politik DPC PPP Majene dalam pemilihan legislatif di Kab.Majene dengan menggunakan teori *Political Campaign* (kampanye politik). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun analisis yang digunakan analisis interaktif. Miles And Huberman.

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian:

- a). Untuk mengetahui Strategi komunikasi politik DPC PPP Majene Pada Pemilihan Legislatif Kabupaten Majene.
- b). Untuk mengetahui Peluang dan hambatan DPC PPP Majene Dalam Pemilihan Legislatif Di Kabupaten Majene

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian terbagi menjadi dua diantaranya:

a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat dalam bidang teori dan akademis, khususnya di bidang ilmu komunikasi dan penyiaran Islam. Tujuannya adalah untuk memperdalam pemahaman tentang komunikasi politik, terutama strategi komunikasi yang digunakan oleh partai politik. Selain itu, penelitian ini juga merupakan bagian dari persyaratan akademis untuk menyelesaikan pendidikan di jurusan komunikasi dan penyiaran Islam di STAIN Majene. Jadi, secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur akademis dan membantu peneliti dalam menyelesaikan studi di jurusan komunikasi dan penyiaran Islam di STAIN Majene.

b. Kegunaan Praktis

Penelitian ini juga diharapkan memiliki manfaat praktis, terutama bagi masyarakat umum yang tertarik untuk memahami strategi komunikasi politik dari partai politik. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan wawasan dan pengetahuan tambahan tentang bagaimana partai politik berkomunikasi dan mempengaruhi pemilih. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan masukan berharga bagi partai-partai politik Islam, termasuk Partai

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

A. Political Campaign (Kampanye Politik)

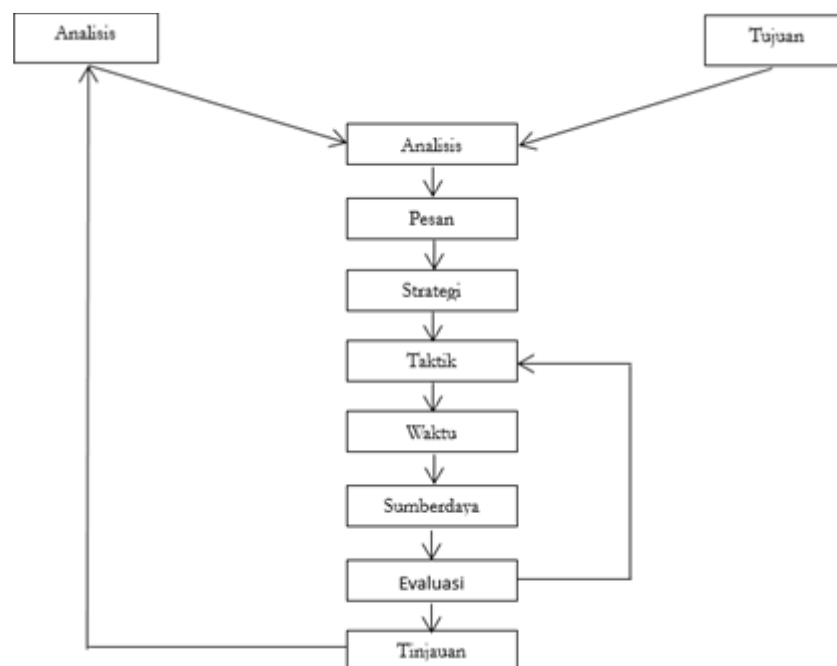
Kampanye adalah aktivitas komunikasi yang ditujukan untuk memengaruhi orang lain agar ia memiliki wawasan, sikap, dan perilaku sesuai dengan kehendak atau keinginan penyebar atau pemberi informasi. Dalam konteks komunikasi politik, kampanye dimaksudkan untuk memobilisasi semua upaya yang dilakukan untuk menarik perhatian, membangun simpati, dan mendapatkan persetujuan dari pemilih. Semua aktivitas ini dirancang untuk membentuk opini publik dan memastikan bahwa masyarakat mendukung kandidat atau tujuan yang diusun. Steven Chaffe (Hafied Canggara 2016:239) "*political campaigns are aimed at the mobilization of support for one's cause or candidate*". Arti dari pendapat ini adalah bahwa inti dari kampanye politik adalah menggerakkan dan mengarahkan dukungan dari masyarakat untuk memenangkan pemilihan.⁹

Sedangkan menurut Ilmawan kampanye adalah upaya persuasif yang bertujuan untuk mengajak orang-orang yang belum sepaham atau belum yakin terhadap ide-ide yang ditawarkan agar mau bergabung dan mendukungnya. Oleh karena itu, ide-ide yang dikemukakan haruslah yang terbaik dan harus disampaikan dengan cara yang sesuai dengan cara berpikir orang-orang yang diharapkan memberikan dukungan. Berdasarkan pemahaman ini, sangatlah keliru jika kampanye dilakukan dengan cara-cara yang tidak simpatik, karena tujuan kampanye adalah memenangkan hati orang lain agar mereka mau menerima dan mendukung partai atau calon yang diusung.¹⁰

⁹Hafied Canggara, *Komunikasi Politik (Konsep, Teori, Dan Strategi)* (Jakarta: PT RajaGrafindo, 2016).

¹⁰Hafied Canggara, *Komunikasi Politik (Konsep, Teori, Dan Strategi)* (Jakarta: PT RajaGrafindo, 2016).

Dalam membuat suatu aktifitas kampanye diperlukan sebuah perencanaan agar kampanye politik efektif dan efisien. Gregory (2005, dalam Venus, 2004:145) dikutip dari (Fatmawati 2021;12) berikut tahap-tahap proses perencanaan kampanye;¹¹



Gambar 1. 2 Tahap-Tahap Proses Perencanaan Kampanye

Merumuskan perencanaan kampanye berdasarkan pada lima pertanyaan sederhana yaitu: apa yang ingin dicapai? Siapa yang akan menjadi sasaran? Pesan apa yang akan disampaikan? Bagaimana menyampaikannya? Bagaimana mengevaluasinya? kelima pertanyaan tersebut dapat dituangkan kedalam tahap-tahap perencanaan berikut:

1. Analisis masalah, Tahapan ini melibatkan penyajian informasi mengenai latar belakang program kampanye dan analisis kondisi lingkungan. Analisis ini mencakup identifikasi faktor-faktor positif dan negative yang dapat mempengaruhi kampanye. Ada dua jenis analisis yang dapat digunakan

¹¹Fatmawati, *Kampanye Politik Sebuah Pendekatan Fenomenologi* (Banyumas: CV Amerta Media, 2021).

untuk dapat menganalisis permasalahan yaitu, Analisis SWOT Terdapat empat elemen utama, yaitu Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weaknesses*), Kesempatan (*Opportunities*), dan Tantangan (*Threats*). Kemudian Analisis PEST (Politik, Ekonomi, Sosialis, Teknologi) adalah teknik yang digunakan untuk menganalisis lingkungan. PEST membagi lingkungan dalam 4 area dan membahas hampir segala hal yang dapat mempengaruhi organisasi.

2. Penyusunan Tujuan, Menetapkan tujuan kampanye yang di ingin dicapai, tujuan ini harus dirumuskan dengan jelas, spesifik, dan dapat diukur untuk memastikan bahwa kampanye memiliki arah yang tepat.
3. Identifikasi dan Segmentasi Sasaran, Mengidentifikasi secara jelas siapa saja yang menjadi target kampanye ini termasuk membagi target menjadi segmen-segmen yang lebih spesifik untuk memudahkan pendekatan yang efektif. Arens (1999) dalam mengenal kampanye komunikasi (2011), menyatakan bahwa identifikasi dan segmentasi sasaran kampanye dilaksanakan dengan melakukan pemilahan atau segmentasi terhadap kondisi geografis (*geographic segmentation*), kondisi demografis (*demographic segmentation*), kondisi perilaku (*behaviouristic segmentation*) dan kondisi psikografis (*psycographic segmentation*).
4. Menentukan Pesan, Mengembangkan pesan kampanye yang akan digunakan untuk mempengaruhi target. Pesan ini harus mampu menarik perhatian dan membujuk target untuk mengikuti tujuan kampanye, sehingga tujuan kampanye dapat tercapai.
5. Strategi dan Taktik, Merancang pendekatan keseluruhan yang akan digunakan dalam kampanye yang dikenal sebagai strategi. Strategi ini

kemudian diterjemahkan ke dalam langkah-langkah konkret atau taktik yang lebih spesifik.

6. Alokasi Waktu dan Sumber Daya, Merencanakan penggunaan waktu dan sumber daya secara efektif. Kampanye memiliki durasi waktu tertentu, baik yang ditentukan oleh penyelenggara pemilu (seperti KPU) atau oleh politisi yang melakukan kampanye. Sumber daya yang dialokasikan meliputi tenaga kerja, dana operasional, dan peralatan yang dibutuhkan. Menurut Gregory (2000) dalam jurnal proses Kampanye public relations “Youtube Broadcast Box” di media sosial (2020)¹², terdapat dua faktor utama yang saling terkait yang perlu diperhatikan saat mempertimbangkan skala waktu. Pertama, tenggat waktu (deadline) harus diidentifikasi agar tugas-tugas yang terkait dengan suatu proyek dapat diselesaikan tepat waktu. Kedua, alokasi sumber daya yang tepat sangat penting agar semua tugas dapat diselesaikan dengan baik.
7. Evaluasi dan Tinjauan, Melakukan evaluasi untuk menilai sejauh mana tujuan kampanye telah tercapai. Evaluasi ini penting untuk memahami efektivitas kampanye dan menentukan perbaikan yang diperlukan.
8. Menyajikan Rencana Kampanye, Bagian terakhir dari seluruh proses perencanaan adalah menyusun dan menyajikan rencana kampanye. Penyajian ini harus dilakukan dalam format yang jelas dan terstruktur agar semua pihak yang berkepentingan dengan kampanye dapat dengan mudah memahami rencana tersebut.

¹²Merina Lydia Isabella Natashya, Hanny Hafiar, and Aat Ruchiat Nugraha, “Proses Kampanye Public Relations ‘Youtube Broadcast Box’ Di Media Sosial,” *Gunahumas* 1, no. 1 (2020): 65.

B. Strategi Komunikasi

1. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi adalah suatu pendekatan menyeluruh untuk menerapkan gagasan, merencanakan, dan melaksanakan suatu kegiatan dalam periode waktu tertentu.¹³ Definisi strategi dalam KBBI adalah suatu perencanaan yang hati-hati mengenai langkah-langkah yang akan diambil untuk mencapai tujuan tertentu.

Pada prinsipnya, istilah "strategi" awalnya terkait dengan bidang militer, terutama dalam peperangan, di mana digunakan untuk merencanakan taktik untuk kemenangan dalam suatu konflik. Namun, dengan waktu dan pengetahuan yang berkembang, konsep strategi telah berkembang ke berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam upaya mencapai keberhasilan dalam lingkup organisasi secara individu maupun kolektif.

Pada tahun 1987, Professor Henry Mintzberg menyatakan bahwa strategi tidak terbatas pada gagasan tentang cara menghadapi musuh, pesaing, atau pasar. Menurutnya, strategi terdiri dari rencana (plan), taktik (ploy), pola (pattern), posisi (posisi), dan perspektif. "Strategi Lima P (Five Ps For Strategy)" adalah nama yang diberikan oleh Mintzberg untuk gagasan tersebut.¹⁴

Ricky W. Griffin mengatakan manajemen adalah suatu proses yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengawasan sumber daya dengan maksud mencapai tujuan secara efisien dan efektif.¹⁵

Komunikasi dalam konteks bahasa Indonesia merujuk pada proses mengirim dan menerima pesan atau informasi dari satu atau lebih individu dengan tujuan agar pesan tersebut dapat dipahami. Dalam bahasa Inggris, kata "komunikasi" berasal dari bahasa Latin "communicatus", yang menggambarkan

¹³"Strategi," <https://id.wikipedia.org/wiki/Strategi>.

¹⁴Tunggul Prasodjo, *Manajemen Strategi*, 2021.

¹⁵V Sholikhah, "Manajemen Strategi Ekonomi Agribisnis Dalam Konteks Ilmu Ekonomi Mikro. Lan Tabur: Jurnal Ekonomi Syariah, 2 (2), 113–129," 2021.

tindakan berbagi atau memiliki bersama, merujuk pada proses berbagi informasi antara individu yang terlibat dalam aktivitas komunikasi.

Dalam buku "Dasar-dasar Komunikasi" yang ditulis oleh Suci R. MarÕ Ih Koesomowidjojo, M.Si, beberapa ahli juga memberikan penjelasan tentang pengertian komunikasi.¹⁶, antara lain:

- a. Komunikasi menurut T., Hani Handoko merupakan proses pertukaran ide atau informasi dari satu orang ke orang lain.
- b. Menurut Sukanto Reksohadiprojo, komunikasi merupakan proses menginterpretasikan pendapat orang lain dengan cara yang diinginkan dan sebaliknya. Mereka berharap dapat mencapai titik dimana mereka dapat saling memahami.

Beberapa ahli berbicara tentang komunikasi dalam artikel yang ditulis oleh Desi Damayani Pohan dan Ulfi Sayyidatul tentang jenis-jenis komunikasi.¹⁷

- a. Lexicographer, komunikasi merupakan upaya untuk berbagi dan bersatu. Tujuan utama komunikasi adalah pemahaman yang sama tentang pesan yang dipertukarkan.
- b. J.A Devito, komunikasi merupakan proses dimana satu atau lebih orang mengirim dan menerima pesan. Dalam situasi tertentu, gangguan dapat mengubah pesan, memberikan pengaruh khusus, dan memberikan kesempatan untuk umpan balik
- c. Hovland, Jains, dan Kelley, komunikasi adalah suatu proses Dimana seseorang yang disebut sebagai komunikator, menyampaikan stimulus, biasanya kata-kata dengan maksud untuk mempengaruhi perilaku orang lain yang disebut sebagai khalayak.

¹⁶M.Si. Suci R. MarÕ Ih Koesomowidjojo, *Dasar-Dasar Komunikasi* (Penerbit Bhuana Ilmu Populer, 2021).

¹⁷Marvin K. Simon and Mohamed-Slim Alouini, "Types of Communication," *Digital Communication over Fading Channels 2* (2004): 31–32.

- d. Wibowo, komunikasi merupakan proses berkomunikasi dengan orang lain.
- e. Astrid, komunikasi merupakan suatu proses pengoperasian lambang yang memiliki arti dan makna yang harus dipahami secara bersamaan oleh semua orang.
- f. J.A Devito, komunikasi merupakan tindakan orang atau lebih yang mengirim atau menerima pesan. Dalam situasi tertentu, pesan dapat terdistorsi oleh gangguan, memiliki efek khusus, dan memberikan kesempatan untuk umpan.

Menurut buku Anwar Arifin "Strategi Komunikasi", suatu strategi adalah serangkaian keputusan kondisional yang mencakup tindakan yang akan diambil untuk mencapai suatu tujuan.¹⁸ Jadi, strategi komunikasi bukanlah rencana yang tetap, tetapi lebih seperti panduan yang berubah-ubah. Ini melibatkan pengambilan keputusan berdasarkan kondisi saat ini dan tindakan konkret yang diambil untuk mencapai tujuan komunikasi.

2. Tujuan Strategi Komunikasi

Pada umumnya, tujuan strategi adalah untuk menetapkan dan menyampaikan visi perusahaan melalui tujuan-tujuan utama dan kebijakan-kebijakan tertentu. Strategi tersebut menunjukkan jalur yang didukung oleh berbagai sumber daya yang tersedia. Di sisi lain, menurut R Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett, strategi komunikasi memiliki tiga tujuan utama, yaitu:¹⁹

¹⁸Muthmainnah, "Tesis Strategi Komunikasi Tim Satuan Tugas (Satgas) Kab. Polewali Mandar Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Menghadapi Wabah Virus Corona," 2021, 19.

¹⁹Steven Patardo Siahaan, "Strategi Komunikasi Subkultur Punk Melalui Produksi Medis (Studi Deskriptif Strategi Komunikasi Subkultur Punk Di Bandung Melalui Produksi Media Dalam Menyampaikan Kepada Sesama Pelaku Subkultur Punk)," 2018, 15–16.

- a. *To secure understanding* – memastikan bahwa pesan yang disampaikan telah dipahami oleh penerima.
- b. *To establish acceptance* – menciptakan penerimaan terhadap pesan yang disampaikan.
- c. *To motivate action* – menggerakkan Tindakan yang diinginkan.

To secure understanding artinya Untuk menjamin pemahaman berarti memastikan bahwa komunikan memahami pesan yang diterimanya. Penerima harus dibina setelah komunikan memahami dan menerima. Pada akhirnya, kegiatan komunikasi memiliki motivasi.

Sedangkan menurut Alo Liliweri strategi komunikasi memiliki beberapa tujuan, yaitu:²⁰

- a. Mengidentifikasi visi dan misi adalah proses menentukan tujuan ideal yang ingin dicapai melalui komunikasi dalam waktu tertentu. Visi umumnya terdiri dari beberapa kata yang mencerminkan tujuan, aspirasi, dan cita-cita ideal komunikasi, misi kemudian dibentuk berdasarkan tujuan yang terkandung dalam visi ini.
- b. Menentukan program dan kegiatan, melibatkan penentuan serangkaian Tindakan yang harus dilaksanakan, yang disebut sebagai program dan kegiatan, yang merupakan pengembangan lebih lanjut dari misi.
- c. Menentukan tujuan dan hasil melibatkan penentuan target dan pencapaian yang diharapkan dari setiap program atau kegiatan. Para perumus kebijakan umumnya merumuskan tujuan dan hasil yang ingin dicapai.
- d. Memilih audiens yang menjadi target, perencana komunikasi dapat menentukan jenis audiens yang akan menjadi fokus komunikasi.

²⁰Mutmainnah, “Tesis Strategi Komunikasi Tim Satuan Tugas (Satgas) Kab. Polewali Mandar Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Menghadapi Wabah Virus Corona.”

- e. Mengembangkan pesan, kriterianya adalah bahwa pesan harus memiliki isi unik, jelas, dan persuasive. Sehingga dapat mendorong penonton untuk mempertimbangkan nilai-nilai tertentu, nilai-nilai ini bisa termasuk tindakan atau Solusi yang diinginkan oleh masyarakat.
- f. Mencari pembawa pesan (tampilan komunikator). kriteria komunikator termasuk kreadibilitas dalam ilmu pengetahuan, keahlian, profesionalitas, dan keterampilan yang relevan dengan isu yang dibahas.
- g. Mekanisme komunikasi/media atau dipilih dengan mempertimbangkan kemampuan media tersebut dalam memfasilitasi proses penyampaian dan penerimaan pesan, serta pertukaran informasi. Kriteria pemilihan media yang mudah dijangkau atau yang paling diminati oleh audiens, seperti melalui radio, surat kabar, dan selebaran.
- h. Menganalisis konteks dan persaingan melibatkan penilaian terhadap risiko dan situasi yang akan memengaruhi strategi komunikasi, seperti mengevaluasi peluang untuk bersaing dengan menggunakan media seperti radio, koran, dan selebaran. Pemilihan media harus mempertimbangkan aksesibilitas dan preferensi audiens.

3. Langkah-Langkah dalam Strategi Komunikasi

Dalam menerapkan strategi komunikasi, perlu dilakukan Langkah-langkah strategis, dalam Menyusun Langkah-langkah tersebut, penting untuk mempertimbangkan unsur-unsur komunikasi serta faktor-faktor yang mendukung dan menghambat komunikasi:²¹

a. Mengenali Sasaran Komunikasi

Sebelum memulai komunikasi, penting untuk mengenali siapa yang menjadi targetnya. Hal ini tergantung pada tujuan komunikasi, apakah itu sekadar

²¹AU Ningrum, "Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relation PT Raja Grafindo Persada," *Kampanye Public Relation*, 2017, 14–15.

memberikan informasi kepada orang lain dengan cara yang informatif atau menggerakkan mereka untuk melakukan sesuatu dengan cara yang persuasif.

b. Pemilihan Media Komunikasi

Pemilihan media komunikasi harus disesuaikan dengan tujuan komunikasi. Terdapat berbagai macam media komunikasi yang tersedia. Untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat perkotaan, media cetak, audio, dan visual umumnya lebih efektif. Di sisi lain, di masyarakat pedesaan, papan pengumuman serta radio komersial dan komunitas sering digunakan.

c. Pengkajian Tujuan Komunikasi Pesan

Pesan komunikasi dibuat untuk mencapai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang akan digunakan, apakah itu teknik instruksional, persuasif, atau informatif. Pesan komunikasi terdiri dari konten dan simbol. Konten pesan mungkin hanya satu, tetapi simbolnya dapat beragam, seperti bahasa, gambar, warna, analogi, dan lain-lain.

Berkaitan dengan langkah-langkah strategi komunikasi politik, Ardial menjabarkan sebagai berikut:²²

a. Memahami Khalayak

Pemahaman terhadap aspek psikologis audiens yang terkait dengan politik, seperti keyakinan, kepentingan, dan motivasi, baik yang bersifat politik maupun nonpolitik, sangat penting. Selain itu, perlu juga untuk mengidentifikasi dan memahami kebutuhan serta motivasi audiens yang akan menjadi target politik. Ini mencakup pengetahuan audiens tentang isu-isu krusial, kemampuan mereka dalam memahami pesan media, dan pengetahuan mereka tentang politik.

b. Menyusun Pesan Persuasif

Tema dan materi pesan politik Tema dan konten pesan politik harus

²²Mukhammad, "Strategi Komunikasi Politik Partai Persatuan Pembangunan Dalam Mendiseminasi Nilai-Nilai Islam Di Kabupaten Banjarnegara."

disesuaikan dengan audiens agar efektif dalam merayu hati mereka. Persyaratan utama pesan yang dapat mempengaruhi adalah bahwa pesan tersebut harus menarik perhatian. Keinginan audiens untuk melihat politikus sebagai figur publik saat mereka menyampaikan pesan politik memungkinkan penerimaan perhatian ini. Selain itu, pesan politik akan lebih menarik perhatian jika politikus memberikan harapan atau hasil yang relevan dengan kebutuhan, baik itu kebutuhan kelompok maupun individu.

c. Menetapkan Metode

Langkah berikutnya adalah memilih cara penyampaian dan isi pesan politik yang sesuai. Berbagai metode komunikasi dapat dipilih berdasarkan situasi dan kondisi audiens:

- 1) Redundancy, strategi untuk memengaruhi audiens dengan mengulangi pesan politik secara berulang. Tujuannya adalah agar audiens lebih memperhatikan pesan dan mengingatnya karena disampaikan berkali-kali.
- 2) Canalizing, dalam konteks komunikasi politik, merujuk pada upaya komunikator politik untuk mengarahkan motif atau keinginan audiens. Ini melibatkan pemahaman dan penelitian tentang pengaruh kelompok terhadap individu atau audiens. Komunikasi politik harus memperhitungkan standar dan prinsip-prinsip kelompok serta masyarakat.
- 3) Informative, strategi yang bertujuan mempengaruhi audiens melalui penerangan atau penyampaian pesan yang didasarkan pada fakta, data, dan opini yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan. Penerangan dapat mencakup informasi tentang fakta, kontroversi, atau mengarahkan audiens pada suatu opini tertentu.
- 4) Persuasive, strategi yang bertujuan untuk membujuk audiens. Metode ini dapat menghilangkan kemungkinan audiens untuk berpikir kritis, bahkan secara

tidak sadar. Persuasi memastikan bahwa pesan politik tidak hanya terdiri dari fakta, tetapi juga dapat terdiri dari pendapat, bahkan non-fakta, yang dapat berubah melalui agitasi atau propaganda.

- 5) *Educative*, upaya untuk memengaruhi audiens melalui penyampaian pesan yang berisi gagasan, fakta, dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan. Metode ini juga dikenal sebagai metode pendidikan yang bertujuan memberikan pengaruh signifikan pada audiens melalui pengetahuan yang disampaikan.
- 6) *Cursive*, upaya untuk memengaruhi audiens melalui penyampaian pesan yang berisi gagasan, fakta, dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan. Metode ini juga dikenal sebagai metode pendidikan yang bertujuan memberikan pengaruh signifikan pada audiens melalui pengetahuan yang disampaikan.

d. Memilah dan memilih media Diperlukan

Sangat penting untuk memilih dan memilih media komunikasi politik dengan hati-hati agar sesuai dengan situasi dan kondisi khalayak, dengan mempertimbangkan sistem komunikasi politik di wilayah atau negara.

C. Komunikasi Politik

Dalam buku komunikasi politik, media, dan demokrasi yang ditulis oleh Henry Subiakto dan Rachmah Ida. Komunikasi politik mulai dikenal sebagai bidang studi tersendiri pada awal tahun 1950-an. Istilah "komunikasi politik" sendiri pertama kali diperkenalkan secara jelas oleh Euleau, Eldersveld, dan Janowitz pada tahun 1956. Seiring dengan perkembangan ini, berbagai kajian politik mulai memperhatikan peran penting komunikasi dalam politik. Dalam penelitian ini, komunikasi politik dianalisis secara khusus dalam konteks sistem politik, di mana komunikasi politik dianggap sebagai salah satu fungsi penting di

antara berbagai fungsi lainnya dalam sistem politik. Lord Windlesham (1973); “*Political communication is the deliberate passing of a political message by sender to a receiver with the intention of making the receiver behave in a way that might not otherwise be done.*”. Artinya, komunikasi politik tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga bertujuan untuk mengubah atau memengaruhi tindakan atau sikap penerima terhadap isu atau agenda politik tertentu yang mungkin tidak akan dilakukan oleh penerima tanpa adanya pesan tersebut.²³

Komunikasi politik melibatkan pertukaran pesan politik dan partisipasi aktor politik yang terkait dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan publik. Isi pesan menentukan apakah suatu kegiatan dianggap sebagai komunikasi politik atau tidak, dengan fokus pada hal-hal yang terkait dengan perolehan kekuasaan, upaya untuk mendapatkannya, atau isu-isu terkait kekuasaan. Oleh karena itu, identifikasi komunikasi politik bergantung pada pesan atau konten dari aktivitas komunikasi. Urekolon menyatakan bahwa komunikasi politik terjadi dalam semua aktivitas politik, melibatkan interaksi antara anggota masyarakat, antara masyarakat dan elit politik, serta antara bagian-bagian dari elit politik, asalkan interaksi tersebut terkait dengan atau berkaitan dengan kekuasaan politik.²⁴

Menurut Denis McQuail, komunikasi politik melibatkan semua proses yang meliputi penyampaian informasi, termasuk fakta, opini, keyakinan, dan sebagainya, serta pertukaran dan penelusuran informasi tersebut yang dilakukan oleh partisipan dalam aktivitas politik yang lebih intensif. McQuail juga mendefinisikan komunikasi politik sebagai pertukaran pesan atau simbol yang

²³Rachmah Ida Henry Subiakto, *Komunikasi Politik, Media, Dan Demokrasi (Edisi Kedua)* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2012).

²⁴K Kusmayadi, “Adaptasi Komunikasi Partai Politik Islam Pada Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus Reses Fraksi Partai Persatuan Pembangunan DPRD NTB” 19 (2023): 27.

memengaruhi atau dipengaruhi oleh bagaimana sistem politik beroperasi, menekankan hubungan antara komunikasi dan sistem politik.²⁵

Dalam definisi klasik, komunikasi didefinisikan sebagai "*Who* (komunikator) *says what* (pesan)"*in what channel* (saluran)"*to whom* (komunikan)"*with what effect* (efek), Meskipun model Lasswell ini lebih sering digunakan untuk komunikasi massa, banyak definisi komunikasi politik juga didasarkan pada pendekatan linear yang melibatkan komunikator politik, pesan politik, saluran atau media politik, target politik, dan efek komunikasi.²⁶

Komunikasi politik tidak hanya terbatas pada pengiriman pesan atau informasi politik; itu mencakup seluruh rangkaian proses informasi yang terlibat dalam kegiatan politik, termasuk pengiriman informasi, pertukaran pendapat, dan pencarian informasi yang terjadi dalam kerangka kelembagaan politik. Dengan kata lain, komunikasi politik adalah proses yang lebih luas yang melibatkan partisipasi aktif dari berbagai pihak yang terlibat dalam kehidupan politik.

Meskipun setiap orang memiliki cara unik untuk berkomunikasi, tidak semua orang mampu berkomunikasi secara efektif. Proses yang mampu membuat orang lain mengubah pendapatnya baik selama maupun setelah komunikasi disebut komunikasi yang efektif. Menurut definisi komunikasi Lasswell, komponen komunikasi dapat dijelaskan sebagai berikut.:²⁷

1. Sumber (Komunikator), Orang atau kelompok yang menciptakan pesan dan berfungsi sebagai pengirim informasi juga dapat berperan sebagai komunikan dalam interaksi komunikasi.

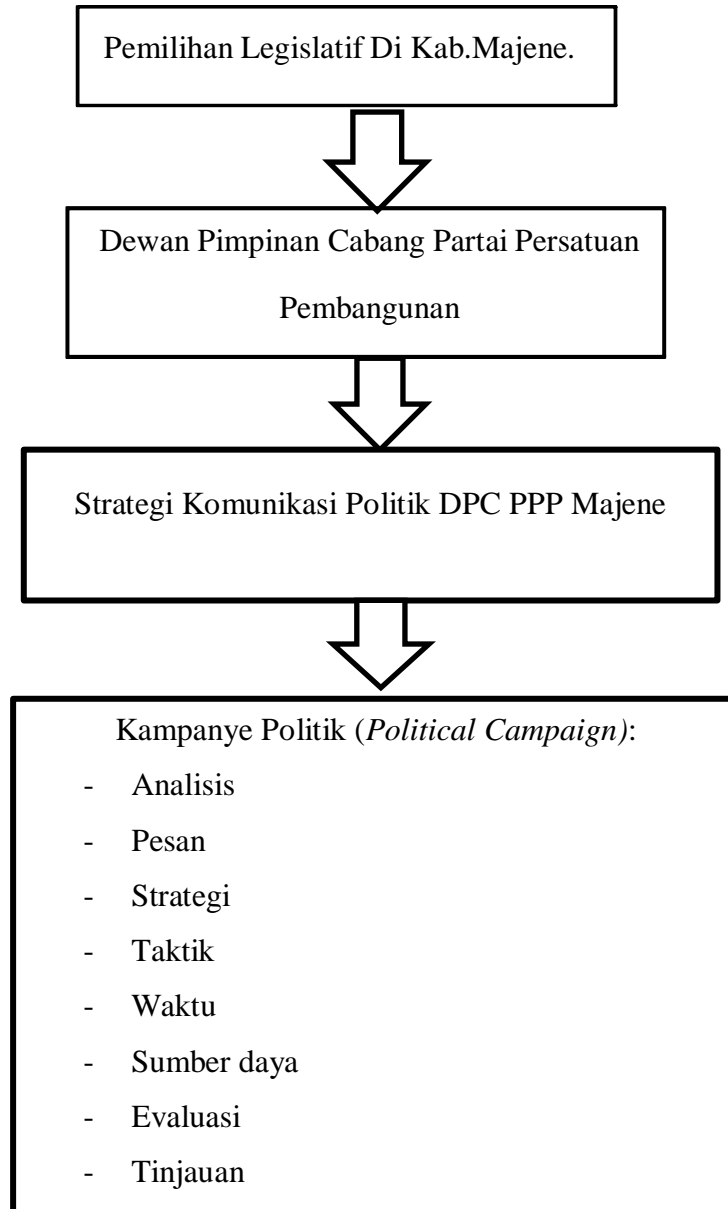
²⁵Dinia Jehan Safira, *Pilar Saga Ichsan Pada Pilkada Kota Tangerang Selatan Tahun 2020*) Oleh :, 2022.

²⁶ Dedi Sahputra, *Politik Dan Media Massa, Persatuan Wartawan Indonesia (PWI)*, vol. 22, 2019, <http://kishi-kun.blogspot.com/2012/12/politik-dan-media.html>.

²⁷ Safira, *Pilar Saga Ichsan Pada Pilkada Kota Tangerang Selatan Tahun 2020*).

2. Pesan, Semua informasi yang disampaikan oleh komunikator disebut pesan. Komunikator menggunakan bahasa atau lambang seperti tulisan, gambar, atau gerakan sebagai media untuk menyampaikan informasi kepada komunikan.
3. Media (Saluran), Media adalah alat atau perangkat yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Media komunikasi bisa cetak atau non-cetak, atau bisa verbal atau non-verbal.
4. Penerima (Komunikan), Target dari pesan yang dikirim oleh sumber disebut penerima. Jika pesan tidak diterima dengan baik, dapat menyebabkan masalah dan memerlukan perubahan pada sumber, pesan, atau saluran.
5. Umpan Balik/Efek, Umpan balik atau efek mengacu pada respons atau reaksi yang dialami penerima setelah menerima pesan. Komunikasi dapat menyebabkan peningkatan pengetahuan, hiburan, sikap, keyakinan, atau perilaku. Hasil ini sangat penting untuk menentukan seberapa efektif suatu interaksi komunikasi.

D. Kerangka Konseptual



Gambar 1. 3 Kerangka Konseptual

Penelitian ini meneliti strategi komunikasi politik Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan (DPC PPP) Majene, DPC PPP Majene berupaya mempersuasi pemilih melalui strategi komunikasi politik:

- a) Memahami Khalayak, DPC PPP Majene perlu mengenal dan memahami karakteristik serta kebutuhan pemilihnya.
- b) Meyusun pesan persuasive, pesan yang disusun harus mampu menarik perhatian pemilih dan mempengaruhi persepsi mereka secara positif terhadap partai. Pesan ini harus jelas, meyakinkan, dan mampu menciptakan hubungan emosional dengan pemilih.
- c) Menetapkan metode, DPC PPP Majene menentukan metode komunikasi yang akan digunakan, baik itu melalui kampanye tatap muka, media sosial, iklan, atau metode lainnya yang dianggap efektif dalam menjangkau pemilih.
- d) Memilah dan memilih media yang diperlukan, Media yang digunakan harus dipilih secara strategis agar pesan dapat disampaikan dengan efektif.

Strategi-strategi ini kemudian di analisis menggunakan indikator dari teori kampanye politik (*political campaign*);

- a) Analisis masalah, Mengidentifikasi masalah utama yang dihadapi oleh pemilih dan bagaimana partai dapat memberikan solusi.
- b) penyusunan tujuan, Menetapkan tujuan spesifik yang ingin dicapai oleh kampanye, seperti meningkatkan jumlah suara atau memperluas basis dukungan.
- c) Identifikasi dan segmentasi sasaran, Mengidentifikasi dengan jelas siapa yang menjadi target kampanye, termasuk membagi target tersebut menjadi segmen-segmen yang lebih spesifik untuk memudahkan pendekatan yang efektif.

- d) Menentukan pesan, Merancang pesan inti yang akan disampaikan kepada pemilih, yang sesuai dengan tujuan kampanye dan menarik bagi segmen yang ditargetkan.
- e) Strategi dan Taktik, Menyusun rencana strategi dan taktik yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan dan mencapai tujuan kampanye.
- f) Alokasi waktu dan sumber daya, Mengalokasikan waktu dan sumber daya (seperti dana, tenaga kerja, dan material) secara efektif untuk mendukung kegiatan kampanye.
- g) Evaluasi dan tujuan, Melakukan evaluasi terhadap hasil kampanye untuk memastikan tujuan telah tercapai dan menyesuaikan strategi jika diperlukan.
- h) Menyajikan rencana kampanye, Bagian akhir dari seluruh proses perencanaan adalah menyusun dan menyajikan rencana kampanye. Penyajian ini harus dilakukan dalam format yang jelas dan terstruktur agar semua pihak yang berkepentingan dengan kampanye dapat dengan mudah memahami rencana tersebut.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Lokasi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian kualitatif adalah metode ilmiah yang sering digunakan dan digunakan oleh sekelompok peneliti dalam bidang ilmu sosial. Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk meningkatkan pengetahuan melalui pemahaman dan temuan baru. Sutopo mengatakan dalam buku metodologi penelitian kualitatif bahwa studi kasus tunggal adalah ketika penelitian terfokus pada sasaran dengan satu fitur. Artinya, penelitian hanya dilakukan untuk satu tujuan, yaitu satu lokasi atau subjek.²⁸

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di Sekretariat Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan Majene, Kab.Majene Provinsi Sulawesi Barat dan pemilihan lokasi ini juga dipengaruhi oleh faktor geografis, sosial, dan politik.

- a. Alasan memilih faktor geografis dikarenakan peneliti dan sekretariat DPC PPP Majene sama-sama berada di Kab.Majene, Sehingga akses terhadap informasi dan responden yang lebih muda bagi peneliti untuk berinteraksi dengan anggota partai, staf dan pimpinan partai.
- b. Alasan memilih faktor sosial, dikarenakan masyarakat Majene mempunyai kultur dan cara pemikiran yang hampir sama atau yang biasa disebut dengan masyarakat homogen.
- c. Alasan memilih faktor politik, Selama pemilihan legislatif di Kabupaten Majene dari tahun 2014 hingga 2019, DPC PPP Majene

²⁸Lukman Hakim Aida Farichatul Laila, Khoirul Muslimin, "Taktik Komunikasi Politik Partai Nasdem Dalam Memenangkan Pemilu Legislatif 2019," *Journal of Communication Studies* 1, no. 2 (2022).

merupakan partai yang mendukung pemerintah yang berkuasa. Hal ini terlihat dari fakta bahwa dalam periode pemilihan legislatif tersebut, DPC PPP Majene memiliki almarhum Fahmi Massiara, yang menjabat sebagai Wakil Bupati Majene dan kemudian menjadi Bupati Majene dari tahun 2016 hingga 2020, berasal dari Partai Persatuan Pembangunan (PPP). Selain itu, tingkat partisipasi pemilih juga meningkat, dari 84% pada tahun 2014 menjadi 90% pada tahun 2019.²⁹

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian adalah metode yang digunakan oleh peneliti dalam untuk mengatur dan menjalankan penelitian mereka. Pendekatan penelitian ini menggunakan Pendekatan deskriptif kualitatif, yang menganalisis data dalam bentuk kata-kata, gambar, atau perilaku, tanpa menggunakan angka statistik, melainkan menggambarkan situasi atau kondisi yang diteliti dalam bentuk uraian naratif. Alasan memilih pendekatan deskriptif kualitatif dikarenakan dapat memberikan gambaran fakta secara akurat dan sistematis serta karakteristik mengenai populasi atau bidang yang diteliti. Sedangkan pendekatan dari segi keilmuannya menggunakan komunikasi politik alasan memilih pendekatan tersebut dikarenakan peneliti ingin menggali strategi komunikasi politik DPC PPP Majene.

C. Sumber Data

Data atau informasi yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini sebagian besar bersifat kualitatif. jenis data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup:

²⁹Mandarnews.com, "KPU Majene Capai Targetkan Partisipasi Pemilih," 2019.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari lapangan dan lokasi penelitian. Dalam penelitian ini, survei kualitatif dan wawancara langsung digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi tentang strategi komunikasi politik untuk pemilihan legislatif di Kabupaten Majene.

2. Data Sekunder

Peneliti menggunakan data sekunder untuk mendukung data primer. Data sekunder termasuk bahan bacaan dan berbagai referensi yang berkaitan dengan topik penelitian. Selain itu, publikasi dari berbagai organisasi juga merupakan sumber penting untuk penelitian ini.

D. Metode Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan berbagai pendekatan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, termasuk yang sebagai berikut:

1. Observasi

Peneliti pertama kali melakukan observasi dengan mencari informasi mengenai DPC PPP Majene selama periode pemilihan legislatif di Kabupaten Majene tahun 2014-2019. Peneliti menggunakan berbagai sumber seperti surat kabar, majalah, internet, hasil pemilihan legislatif tahun 2014 dan 2019, serta media lainnya.

Metode observasi ini juga akan membantu bagi peneliti yang berfokus pada strategi komunikasi politik serta pengumpulan data secara langsung di lapangan. Peneliti akan mengamati, merekam, dan memahami perilaku, interaksi, serta berdiskusi dengan kepengurusan partai DPC PPP Majene.

2. Wawancara

Wawancara yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara semi terstruktur, Wawancara semi-terstruktur dapat memberikan fleksibilitas yang

diperlukan peneliti untuk menggali informasi terkait aspek strategi komunikasi politik yang digunakan oleh DPC PPP Majene. Peneliti memiliki panduan wawancara yang mencakup aspek utama dari strategi komunikasi politik yang digunakan oleh DPC PPP Majene. Selain itu, panduan wawancara tersebut dirancang untuk menjawab rumusan masalah yang diajukan. Dalam wawancara ini peneliti mewawancarai enam orang informan penting. Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Politik Partai Persatuan Pembangunan dalam pemilihan legislatif di Kabupaten Majene.

Tabel 1.5 Informan Penelitian

Nama	Jabatan
Hasrapuddin	Sekretaris DPC PPP Majene dan Kordinator kampanye tahun 2019.
Salmawati Djamado	Calon legislatif DPC PPP Majene, Dapil 1 Banggae dan Banggae Timur Tahun 2019.
Armiah	Calon Legislatif DPC PPP Majene, Dapil 2 Pamboang, Sendana, Tammerodo dan Tubo 2019.
Muh. Yahya Nur	Calon Legislatif DPC PPP Majene, Dapil 1 Banggae dan Banggae Timur 2019.
Muh. Safaat	Calon Legislatif DPC PPP Majene, Dapil 3 Malunda dan Ulumanda 2019.
Husail	Calon Legislatif DPC PPP Majene, Dapil 2 Pamboang, Sendana, Tammerodo dan Tubo. 2019.

3. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data tentang objek penelitian melalui transkrip catatan, buku, surat kabar, majalah, internet, dan media lainnya. Dalam penelitian ini, metode dokumentasi yang digunakan adalah kegiatan yang berkaitan dengan program DPC PPP Majene, Agenda kegiatan DPC PPP Majene dari tahun 2014 hingga 2019, Platform media DPC PPP Majene, Selain itu data yang dikumpulkan melalui wawancara langsung dapat dicek ulang dan metode ini digunakan untuk memperkuat bukti yang diperoleh dari wawancara.

E. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, peneliti berfungsi sebagai alat atau instrumen utama dalam penelitian kualitatif. Meskipun pedoman wawancara dan observasi dapat membantu, peran peneliti sebagai alat utama tetap sangat penting. Oleh karena itu diperlukan menggunakan alat tulis, buku catatan dan android untuk mencatat dan merekam pada saat proses wawancara serta pengambilan gambar sebagai bukti dokumentasi peneliti saat melakukan penelitian.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Peneliti menggunakan tiga tehnik pengolahan dan analisis data, sebagai berikut:³⁰

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan tahapan penting dalam proses penelitian yang melibatkan pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, dan pengabstrakan dari data kasar yang terkumpul dari catatan-catatan lapangan (Miles dan Huberman, 1992:16). Tujuannya adalah untuk menyempurnakan

³⁰Rusli, "Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian," *Metode Penelitian*, n.d., 32–41.

analisis dengan menggolongkan atau mengkategorikan data sesuai dengan berbagai permasalahan yang ada, dengan menggunakan uraian singkat, mengarahkan fokus, menghapus yang tidak relevan, dan menyusun data sedemikian rupa sehingga dapat ditarik dan diverifikasi dengan mudah. Data yang direduksi mencakup semua informasi yang berkaitan dengan pokok masalah dalam penelitian.

2. Penyajian Data

Setelah proses reduksi data, langkah analisis selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data adalah proses mengatur informasi yang terstruktur sehingga memungkinkan untuk mengambil kesimpulan dan tindakan selanjutnya (Miles dan Huberman, 1992:17). Penyajian data bertujuan untuk membuat data yang telah direduksi menjadi terorganisir dan tersusun dengan pola hubungan yang jelas, sehingga lebih mudah dipahami. Peneliti berupaya menyusun data yang relevan sehingga informasi yang diperoleh dapat disimpulkan dan memiliki makna yang relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

3. Penarikan Kesimpulan Rangkaian

Tahap ini merupakan langkah terakhir dalam proses penelitian di mana kesimpulan diambil dari seluruh data yang telah dikumpulkan. Penarikan kesimpulan atau verifikasi bertujuan untuk mencari dan memahami makna, pola, penjelasan, atau hubungan sebab-akibat dari data yang telah diolah sebelumnya. Sebelum melakukan penarikan kesimpulan, proses reduksi data, penyajian data, dan verifikasi dilakukan secara berulang-ulang sesuai dengan pendapat Miles dan Huberman. Analisis data adalah proses iteratif yang melibatkan kembali kegiatan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi selama periode penelitian. Setelah verifikasi dilakukan, kesimpulan dapat diambil berdasarkan

hasil analisis data yang disajikan dalam bentuk naratif. Penarikan kesimpulan ini merupakan tahap akhir dari pengolahan data dalam penelitian.

G. Pengujian Keabsahan Data

Peneliti menguji keabsahan data triangulasi dan pengujian dependable. Metode triangulasi termasuk:³¹

1. Triangulasi Sumber

Tujuan dari metode triangulasi sumber adalah untuk mengevaluasi kredibilitas informasi melalui perbandingan berbagai sumber. Informasi yang dikumpulkan dari ketiga sumber ini dijelaskan dan dikelompokkan ke dalam kategori pendapat yang serupa, pendapat yang berbeda, dan pendapat yang spesifik. Setelah itu, informasi dianalisis untuk mencapai kesimpulan, dan kemudian diperiksa ulang (member check) dengan melibatkan ketiga sumber informasi untuk memastikan kesepakatan.

2. Triangulasi teknik

Metode ini melibatkan penggunaan berbagai metode untuk memeriksa informasi dari sumber yang sama dengan tujuan untuk mengevaluasi kredibilitas informasi. Sebagai contoh, observasi, dokumentasi, atau penggunaan kuesioner akan digunakan untuk memverifikasi kebenaran informasi yang diperoleh dari wawancara. Informasi dianggap sah jika hasilnya konsisten. Namun, untuk memastikan bahwa informasi tersebut benar, peneliti akan melakukan penelusuran lebih lanjut dengan berbicara dengan sumber awal atau mendapatkan klarifikasi dari sumber lain.

³¹Feny Rita Fiantika et al., *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Pt. Global Eksekutif Tekhnologi, 2022).

BAB IV

**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK DEWAN PIMPINAN CABANG
PARTAI PERSATUAN PEMBANGUNAN MAJENE PADA PEMILIHAN
LEGISLATIF DI KAB.MAJENE**

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Partai Persatuan Pembangunan



Gambar 1.4 Logo PPP Tahun 2024³²

Partai Persatuan Pembangunan (PPP) merupakan salah satu partai politik di Indonesia. PPP didirikan pada tanggal 5 Januari 1973 yang merupakan hasil Fusi atau gabungan dari empat partai berbasis Islam yakni Partai Nahdhatul Ulama, Partai Muslimin Indonesia (Parmusi), Partai Syarikat Islam Indonesia (PSII), dan Partai Islam Perti.

Partai ini dipelopori oleh KH Idham Chalid (Ketua Umum PB NU), H. Mohammad Syafaat Mintaredja (Ketua Umum Parmusi), SH, Haji Anwar Tjokroaminoto (Ketua Umum PSII), Haji Rusli Halil (Ketua Umum Perti), dan Haji Mayskur (Ketua Kelompok Persatuan Pembangunan di DPR). Dengan hasil

³²By. Admin, "Ideologi Khidmat Visi-Misi Partai Persatuan Pembangunan Partainya Umat Islam," ppp.or.id, 2022.

gabungan dari partai-partai besar berbasis Islam, maka PPP telah memproklamirkan diri sebagai “Rumah Besar Umat Islam”.

Awal berdiri PPP menerapkan asas Islam dengan lambang Kabah. Namun sejak tahun 1984, PPP menggunakan asas Negara Pancasila sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan sistem politik yang berlaku saat itu, ini disebabkan karena adanya tekanan politik dalam kekuasaan Orde Baru. Selanjutnya PPP secara resmi menggunakan asas Pancasila dengan lambang bintang dalam segi lima berdasarkan Mukhtamar I PPP tahun 1984. Dalam perjalannya, PPP kembali menggunakan asas Islam dengan lambang Kabah sejak tumbang-nya kekuasaan Presiden Soeharto tahun 1998 berdasarkan kesepakatan dalam Mukhtamar IV akhir tahun 1998. PPP berkomitmen untuk terus menjaga keutuhan Negara kesatuan Republik Indonesia (NKRI) yang berdasarkan Pancasila, meskipun partai menggunakan asas Islam.

PPP melantik ketua umum-nya yang pertama pada periode 5 Januari 1973 hingga tahun 1978. Ketua umum pertama partai yakni H.Mohammad Syafaat Mintaredja, SH. Hingga selanjutnya ketua umum partai secara berturut-turut antara lain H. Jailani Naro, SH, H. Ismail Hasan Metareum, SH, H. Hamzah Haz dan yang terbaru adalah H. Suryadharma Ali yang terpilih melalui Mukhtamar VI yang diadakan pada tahun 2007, selanjutnya pada Mukhtamar VIII 2016 Romahurmuziy (Gus Romy) terpilih secara aklamasi menjadi Ketua Umum DPP PPP, dan saat ini PPP dipimpin oleh Suharso Monoarfa yang terpilih pada Mukhtamar IX di Kota Makassar. Kemudian saat ini, PPP dipimpin oleh Muhamad Mardiono yang terpilih sebagai ketua umum pada Musyawarah Kerja Nasional (Mukernas) 5 September 2022.

2. Visi Misi Partai Persatuan Pembangunan

Visi PPP adalah, “Terwujudnya masyarakat yang bertaqwa kepada Allah SWT dan negara Indonesia yang adil, makmur, sejahtera, bermoral, demokratis, tegaknya supremasi hukum, penghormatan terhadap Hak Asasi Manusia (HAM), serta menjunjung tinggi harkat-martabat kemanusiaan dan keadilan sosial yang berlandaskan kepada nilai-nilai ke-Islaman”. PPP mempunyai platform yang dibagi dalam beberapa bidang, yakni agama, politik, ekonomi, hukum, sosial, pengetahuan dan keterampilan, dan pendidikan.

Dalam bidang agama, PPP mengedepankan peran agama sebagai panduan moral dan sumber inspirasi dalam kehidupan negara dengan hubungan yang bersifat simbiotik, sinergis serta saling membutuhkan dan memelihara. Hal ini diwujudkan dengan sikap saling toleransi antar umat beragama. Dalam bidang politik, PPP terfokus dalam aspek penguatan ke-lembagaan, mekanisme dan budaya politik yang ber-demokratis dan ber-akhlaqul karimah demi meningkatkan kualitas demokrasi di Indonesia. Hal ini ditunjukkan dengan menjunjung tinggi Hak Asasi Manusia (HAM), serta menghargai kebebasan berekspresi, berpendapat dan berorganisasi. Selanjutnya dalam bidang ekonomi, PPP lebih menekankan pada konsep ekonomi kerakyatan. Menegakkan supremasi hukum akan selalu dijunjung tinggi oleh PPP dengan ikut serta dalam upaya pemberantasan KKN (korupsi, kolusi dan nepotisme), penguatan institusi dan instrumen penegak hukum serta selalu ikut aktif dalam pembaharuan hukum nasional.

Dalam sektor sosial, PPP selalu berkomitmen untuk terus mewujudkan kehidupan sosial yang religius dan bermoral dengan menghilangkan budaya kekerasan dan mengembangkan nilai-nilai sosial budaya. Kemudian dalam bidang pengetahuan dan keterampilan, PPP ikut membantu demi terbentuknya manusia

yang berkualitas dan menjadikan pendidikan sebagai prioritas utama dalam pembangunan kesejahteraan.

Di bawah Kepemimpinan Suharso Monoarfa, PPP bertekad menawarkan jalan keluar dalam pembangunan yang berkeadilan di Indonesia. yang dirumuskan secara sederhana tetapi penuh yaitu makna, “Merawat Persatuan dengan Pembangunan”. Pembangunan yang dimaksud PPP adalah ikhtiar memenuhi hak-hak rakyat untuk mencapai kemakmuran dan keadilan. Pembangunan jalan menuju Tanah Air yang kita impikan: *Balddlatun Thayyibatun wa Rabbun Ghafur. Gemah ripah loh jinawi.* Pembangunan dengan jalan menggapai kesejahteraan dalam keadilan dan berkeadilan dalam berkemakmuran, untuk terwujudnya masyarakat adil makmur.

B. Strategi Komunikasi Politik Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan Majene Pada Pemilihan Legislatif di Kab. Majene

Sebagai partai politik yang telah lama berdiri di Indonesia sejak 1973, Partai Persatuan Pembangunan (PPP) memiliki pengalaman yang luas dalam menghadapi berbagai pemilihan umum. Dalam konteks pemilihan legislatif di Kabupaten Majene, terdapat dinamika menarik terkait perolehan kursi untuk memperebutkan posisi pimpinan Dewan Pimpinan Rakyat Daerah (DPRD).

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, pada pemilihan legislatif tahun 2014, Partai Amanat Nasional berhasil memenangkan pemilu dengan perolehan suara sebanyak 12.249, sementara Partai Persatuan Pembangunan hanya memperoleh 4.078 suara dan tidak mendapatkan kursi di DPRD. Namun, lima tahun kemudian, pada pemilihan legislatif tahun 2019, PPP berhasil memenangkan pemilu dengan perolehan suara sebanyak 16.581, meraih lima kursi, dan berhasil mendapatkan kursi pimpinan DPRD Kabupaten Majene.

Perubahan ini menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana strategi komunikasi politik DPC PPP mampu mendominasi dan meraih lima kursi di DPRD Kabupaten Majene setelah mengalami kegagalan pada pemilu sebelumnya.

Hasil penelitian Strategi komunikasi politik Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan (DPC PPP) Majene dalam Pemilihan Legislatif di Kabupaten Majene. Penelitian ini diharapkan menghasilkan temuan yang sejalan dengan tujuan yang telah ditentukan. Oleh karena itu, peneliti melakukan seluruh rangkaian dari hasil yang didapatkan selama penelitian, yang dikumpulkan melalui berbagai metode seperti wawancara dengan Koordinator Kampanye, Lima calon legislatif DPC PPP Majene pada tahun 2019, observasi, dan dokumentasi.

Data yang diperoleh kemudian direduksi dengan mengambil data-data yang dibutuhkan, Tahap selanjutnya peneliti melakukan penyajian data yang bertujuan untuk membuat data yang telah direduksi menjadi terorganisir dan tersusun dengan pola hubungan yang jelas. Kemudian Penarikan kesimpulan atau verifikasi bertujuan untuk mencari dan memahami makna, pola, penjelasan, atau hubungan sebab-akibat dari data yang telah diolah sebelumnya, kesimpulan dapat diambil berdasarkan hasil analisis data yang disajikan dalam bentuk naratif. Penarikan kesimpulan ini merupakan tahap akhir dari pengolahan data dalam penelitian.

Tahapan selanjutnya yang peneliti lakukan dengan menguji keabsahan data dengan menggunakan triangulasi sumber, untuk mengevaluasi kredibilitas informasi melalui perbandingan dari enam sumber. Informasi yang dikumpulkan dari enam sumber ini dijelaskan dan dikelompokkan ke dalam kategori pendapat yang serupa, pendapat yang berbeda, dan pendapat yang spesifik. Kemudian Triangulasi Teknik dengan tujuan untuk mengevaluasi kredibilitas informasi, Sebagai contoh, observasi, wawancara dan dokumentasi, akan digunakan untuk

memverifikasi kebenaran informasi. Namun, untuk memastikan bahwa informasi tersebut benar, peneliti akan melakukan penelusuran lebih lanjut dengan berbicara dengan sumber awal atau mendapatkan klarifikasi dari sumber lain.

Setelah itu dianalisis menggunakan teori *political campaign* (kampanye politik) dengan melihat konsep teori yakni Analisis masalah, Penyusunan tujuan, Identifikasi target dan sasaran, Strategi dan taktik, Alokasi waktu dan sumber daya, Evaluasi dan tinjauan, serta Menyajikan rencana kampanye, untuk mencapai hasil penelitian yang diinginkan.

a. Analisis Masalah

Umumnya partai politik menggunakan konsultan politik dalam menganalisis situasi politik atau memberikan nasehat-nasehat terkait memenangkan pileg 2019. Namun DPC PPP Majene dalam menjalankan kampanye dan komunikasi politiknya tanpa melibatkan konsultan politik sama sekali. Hasrapuddin sebagai kordinator kampanye DPC PPP Majene 2019:

“Tidak ada, cuman kita kan sebagai organisasi yang cukup tua juga kan, lahir di tahun 1973, cukup berpengalaman mengikuti beberapa pemilu, terus ee kita manage ya organisasi berdasarkan perintah-perintah edaran-edaran dari DPP, apa yang diperintahkan DPP itu yang kita laksanakan berdasarkan Analisa politik nya juga kan. Jadi secara khusus untuk konsultan politik oleh kabupaten majene tidak pernah ada.”³³

Hal diatas menunjukkan Setiap langkah dan keputusan kampanye diambil berdasarkan analisis politik yang dilakukan oleh Dewan Pimpinan Pusat, serta mengikuti instruksi yang diberikan melalui surat edaran. Ini menunjukkan bahwa strategi dan analisis masalah politik DPC PPP Majene bersifat terpusat dan terkoordinasi dengan panduan dari struktur nasional partai, sehingga tidak memerlukan bantuan konsultan politik di tingkat kabupaten.

³³Hasrapuddin, Mantan Sekretaris Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan (DPC PPP) Majene dan Kordinator Kampanye Pemilihan Legislatif Tahun 2019, *Wawanacara*, Café Dondori, 21 July 2024.

Pernyataan diatas dikemukakan juga oleh Muh. Safaat (36) Calon Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 3 Wilayah Malunda dan Ulumanda;

“Yaa hampir tidak, tapi kan begini dalam politik itu kan ada banyak hal mempengaruhi pemilu kita salah satunya adalah kekuasaan.”³⁴

Dalam hal ini, kekuasaan menjadi alat yang digunakan untuk memobilisasi dukungan masyarakat tanpa harus mengandalkan analisis masalah politik dan strategi profesional dari konsultan politik.

DPC PPP Majene dalam pemilihan legislatif 2019 di Kabupaten Majene sangat dipengaruhi oleh peran Bupati yang berasal dari PPP dan menjabat sebagai Ketua Dewan Pimpinan Wilayah (DPW) PPP Sulawesi Barat. Menurut Hasrapuddin dalam wawancaranya dengan peneliti:

“Saya pikir begini, ini kan tidak bisa dipungkiri partai PPP saat itu adalah partai penguasa dalam hal ini bupatinya itu kan PPP, jadi sudah praktis oleh Masyarakat ini dengan atas tindakan-tindakan politik yang dilakukan oleh bapak bupati dalam hal ini memberikan ee mungkin semacam masyarakat ta’ tau kan ini pak bupati PPP, Ketika nanti pak bupati turun kampanye kan pak bupati itu sangat berpengaruh. Setiap kampanye kan pak bupati turun lapangan untuk memberikan orasi-orasi politik”.³⁵

Kombinasi perannya sebagai bupati dan ketua DPW PPP memberikan keuntungan ganda bagi partai. Sebagai bupati, ia memiliki legitimasi di mata masyarakat, dan sebagai ketua partai, ia menggunakan pengaruhnya untuk memperkuat posisi politik PPP di tingkat lokal dan mempengaruhi pemilihan.

Sehingga masyarakat melihat DPC PPP Majene sebagai partainya Bupati, yang memberikan nilai tambah bagi para calon legislatif partai tersebut. Seperti yang dikatakan oleh Armiah (40) sebagai Calon legislatif DPC PPP tahun 2019 dapil 2 wilayah Pamboang, Sendana, Tammerodo dan Tubo.:

³⁴Muh. Safaat, Calon Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 3 Wilayah Malunda dan Ulumanda, *Wawancara*, Rumah Kediaman, 1 September 2024.

³⁵Hasrapuddin, Mantan Sekretaris Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan (DPC PPP) Majene dan Koordinator Kampanye Pemilihan Legislatif Tahun 2019, *Wawancara*, Café Dondori, 21 July 2024.

“Pertama waktu itu kan kita tidak bisa pungkiri bahwa pada saat 2019 kita mau pileg ketua PPP povinsi itu kan pak bupati, sehingga memang Sebagian besar masyarakat sudah paham bahwa partai PPP ini partai nya pak bupati, sehingga itu bisa menjadi nilai plus untuk kita para calegnya.”³⁶

Sebagai partai yang sudah lama dikenal masyarakat, terutama oleh orang-orang yang lebih tua yang berusia 60 hingga 70 tahun. Di kalangan masyarakat, khususnya di daerah seperti Majene yang mayoritas penduduknya beragama Islam, PPP mudah dikenali dan dipromosikan karena simbol partainya adalah Ka'bah. Simbol ini memiliki arti penting dalam agama Islam, sehingga setiap kali masyarakat melihat atau mendengar tentang Ka'bah, mereka langsung teringat PPP. Ini menjadi kekuatan bagi PPP dalam kampanye. Selain itu, banyak masyarakat yang lebih tua memiliki pengalaman baik dengan PPP di masa lalu, sehingga mereka cenderung tetap mendukung partai ini.

DPC PPP Majene dalam rangka memenangkan pemilihan legislatif tahun 2019, maka sangat dibutuhkan analisis strategis demi tercapainya kemenangan yang sesuai dengan harapan dan targetan. Hasrapuddin sebagai kordinator kampanye;

“Banyak hal yang kami lakukan, terutama merekrut calon yang akan calon PPP saat itu, kita selalu berusaha orang potensi dalam segala hal. contoh kita merekrut calon itu sedapat mungkin dia punya SDM ya agak lumayan lah, kemudian yang kedua kemampuan financialnya untuk bergerak.”³⁷

Selain dari merekrut calon legislative DPC PPP Majene juga melakukan beberapa rangkaian kegiatan rapat-rapat, workshop, dan pelatihan-pelatihan untuk mempersiapkan pertarungan konstestasi pemilihan legislative tahun 2019, Muh. Yahya Nur (60) sebagai Calon legislatif DPC PPP Tahun 2019, Dapil 1 Wilayah Banggae dan Banggae Timur mengatakan;

³⁶Armiah, Calon legislatif DPC PPP Majene tahun 2019 dapil 2 wilayah Pamboang, Sendana, Tammerodo dan Tubo, *Wawancara*, Kantor DPRD Majene, 22 July 2024.

³⁷Hasrapuddin, Mantan Sekretaris Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan (DPC PPP) Majene dan Kordinator Kampanye Pemilihan Legislatif Tahun 2019, *Wawancara*, Café Dondori, 21 July 2024.

“Cuma kita ini diberikan pelatihan rapat Bersama di makassar setelah itu kita Kembali, Ya rapat untuk bagaimana pemetaan kemenangan PPP”³⁸

Pernyataan di atas dikemukakan juga oleh Muh. Safaat (36) Calon Legislatif

DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 3 Wilayah Malunda dan Ulumanda;

“Partai ini dia kasih kita bekal, bekalnya itu ya kita ada seminar, kita ada rapat-rapat, kita ada workshop yang judul workshop nya itu adalah strategi partai persatuan pembangunan menuju pemilu 2019 itu banyak kami lakukan.”³⁹

Berdasarkan hasil wawancara diatas, DPC PPP Majene menunjukkan bahwa sebelum melakukan kampanye politik secara keseluruhan mereka melakukan analisis masalah dengan berbagai hal seperti rapat mengenai pemetaan kemenangan PPP, rapat mengenai strategi PPP menuju pemilu 2019, seminar dan workshop. Langkah-langkah analisis masalah yang dilakukan DPC PPP Majene diatas terlihat belum relevan dengan teori *political campaign* (kampanye politik).

Dalam kampanye politik, analisis masalah menjadi fondasi utama dalam menentukan strategi yang efektif. Menurut Gregory (2005, dalam Venus, 2004:145), analisis masalah dalam kampanye politik bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi jalannya kampanye serta menentukan solusi yang tepat. Dua pendekatan utama dalam analisis masalah adalah Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) dan Analisis PEST (Political, Economic, Social, and Technological).

Analisis SWOT memungkinkan organisasi politik untuk memahami kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan serta kelemahan dan tantangan yang harus diatasi. Dalam hal ini peneliti mengkategorikan Kekuatan (*Strengths*) dan Peluang (*Opportunities*) sebagai faktor positif yang mendukung keberhasilan program kampanye politik. Sedangkan kelemahan (*Weaknesses*) dan tantangan

³⁸Muh. Yahya Nur, Calon legislatif DPC PPP Tahun 2019, Dapil 1 Wilayah Banggae dan Banggae Timur, *Wawancara*, Rumah Kediaman, 23 Agustus 2024.

³⁹Muh. Safaat, Calon legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 3 Wilayah Malunda dan Ulumanda, *Wawancara*, Rumah Kediaman, 1 September 2024.

(*Threats*) dikategorikan sebagai faktor negatif yang harus diatasi dalam pelaksanaan kampanye. Sementara itu, Analisis PEST memberikan perspektif lebih luas dengan mempertimbangkan faktor eksternal yang memengaruhi keberhasilan strategi politik.

Dalam konteks kampanye politik DPC PPP Majene pada Pemilu 2019, strategi kampanye yang diterapkan tidak melibatkan konsultan politik. Sebaliknya, keputusan strategis lebih banyak dipandu oleh kebijakan yang ditetapkan oleh Dewan Pimpinan Pusat (DPP) dan pengaruh Bupati yang juga menjabat sebagai Ketua Dewan Pimpinan Wilayah (DPW) PPP Sulawesi Barat. Pendekatan ini menunjukkan bahwa partai lebih mengandalkan pengalaman historis serta pengaruh tokoh politik lokal dibandingkan dengan metode ilmiah berbasis riset politik.

Dengan menggunakan Analisis SWOT, Peneliti mengidentifikasi bahwa kekuatan utama DPC PPP Majene adalah legitimasi politik yang diperoleh dari sosok Bupati serta citra kuat partai sebagai simbol keislaman. Namun, ketergantungan yang tinggi pada figur individu seperti Bupati berpotensi menjadi kelemahan karena keberhasilan kampanye sangat bergantung pada popularitasnya. Selain itu, ketiadaan konsultan politik dapat mengurangi efektivitas dalam membaca perubahan dinamika politik lokal.

Analisis PEST juga memberikan wawasan tambahan mengenai pengaruh faktor eksternal terhadap keberhasilan kampanye DPC PPP Majene. Dari aspek politik, dominasi PPP di pemerintahan daerah memberikan keuntungan struktural dalam memobilisasi dukungan. Dari segi ekonomi, keterbatasan dana kampanye bisa menjadi tantangan, mengingat kandidat harus memiliki sumber daya finansial pribadi untuk menjalankan aktivitas kampanye. Faktor sosial juga berperan penting, terutama dalam menarik simpati pemilih berbasis agama dengan

menggunakan simbol-simbol keislaman seperti Ka'bah. Sementara itu, aspek teknologi masih belum menjadi prioritas utama dalam strategi kampanye partai ini.

Langkah-langkah analisis masalah yang dilakukan DPC PPP Majene di atas terlihat belum relevan dengan teori *political campaign* (kampanye politik). Dalam menentukan analisis masalah, DPC PPP Majene perlu mengidentifikasi permasalahan yang menjadi dasar dari program kampanye politik, tanpa memahami inti permasalahan, DPC PPP Majene tidak dapat Menyusun program yang efektif. Menurut Gregory (*Gregory, 2005, dalam Venus, 2004:145*)⁴⁰.

b. Penyusunan Tujuan

Pada pemilihan legislatif tahun 2014, PAN berhasil memenangkan pemilu dengan perolehan suara sebanyak 12.249, sementara PPP hanya memperoleh 4.078 suara dan tidak mendapatkan kursi di DPRD. Namun, lima tahun kemudian, pada pemilihan legislatif tahun 2019, PPP berhasil memenangkan pemilu dengan perolehan suara sebanyak 16.581, meraih lima kursi, dan berhasil mendapatkan kursi pimpinan DPRD Kabupaten Majene.

Walaupun DPC PPP Majene memiliki target 35% sebanyak tujuh kursi akan tetapi tidak terpenuhi. Husail (48) Kandidat Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 2 Wilayah Pamboang, Sendana, Tammerodo dan Tubo.

“Dan saat itu sebenarnya sudah sesuai target, bukan melampaui target. Kemaring targetnya pak bupati itu paling tidak kita tujuh kursi.”⁴¹

Hal ini menunjukkan bahwa walaupun hasil akhir tidak memenuhi harapan, pencapaian target dianggap sudah tepat dan sejalan dengan ekspektasi yang diusulkan oleh pihak partai, termasuk Bupati yang menargetkan tujuh kursi.

⁴⁰Sumaina Duku, “Mengenai Kampanye Komunikasi,” 2011, 193.

⁴¹Husail, Calon Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 2 Wilayah Pamboang, Sendana, Tammerodo dan Tubo, *Wawancara*, Rumah Kediaman, 1 September 2024.

Namun selain dari untuk memenangkan dan merebut kursi DPRD Kab.Majene pada pemilihan legislatif tahun 2019. DPC PPP Majene memiliki tujuan lain dalam kampanye. Hasrapuddin sebagai kordinator kampanye;

“Ketika sudah meraih kan, aturan mengikat tentang pencalonan bupati itu kan harus signifikan juga ada Batasan kursi yang ditentukan bahwa seorang bakal calon untuk menjadi calon bupati itu harus mempunyai sebanyak 5 kursi. Tujuan utamanya itu bagaimana meraih kursi sebanyak banyaknya agar bisa kita mencalonkan bupati”.⁴²

DPC PPP Majene berusaha mengoptimalkan strategi kampanye mereka untuk mendapatkan dukungan yang luas dari masyarakat. Partai tidak hanya berupaya memenangkan kursi untuk kandidat legislatif di tingkat kabupaten, tetapi juga melihat hal ini sebagai bagian dari langkah jangka panjang untuk meningkatkan pengaruh politik mereka di tingkat eksekutif.

Serta DPC PPP Majene memiliki satu komitmen bagaimana membesarkan partai di Tingkat kabupaten maupun di Tingkat nasional. Husail (48) Calon Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 2 Wilayah Pamboang, Sendana, Tammerodo dan Tubo.

“Kalau PPP intinya itu satu ji komitmen partai, bagaimana mebesarkan partai ditingkat kabupaten maupun ditingkat nasional.”⁴³

Komitmen untuk memperkuat partai ini menjadi salah satu landasan utama dalam setiap kegiatan dan kampanye yang dilakukan oleh DPC PPP Majene. Juga tujuan lainnya itu untuk memperkuat citra partai dan membesarkan basis pemilih.

Kemudian untuk memastikan seluruh lapisan DPC PPP Majene mengenai penyusunan tujuan kampanye DPC PPP Majene banyak melaksanakan seminar, rapat-rapat, dan workshop. Muh. Safaat (36) Calon Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 3 Wilayah Malunda dan Ulumanda;

⁴²Hasrapuddin, Mantan Sekretaris Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan (DPC PPP) Majene dan Kordinator Kampanye Pemilihan Legislatif Tahun 2019, *Wawancara*, Café Dondori, 21 July 2024.

⁴³Husail, Calon Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 2 Wilayah Pamboang, Sendana, Tammerodo dan Tubo, *Wawancara*, Rumah Kediaman, 1 September 2024.

“Iyah kita kadang-kadang melaksanakan secara nasional, ada juga ditingkat DPW Provinsi, ada juga DPD 1 tingkat kabupaten. walaupun misalnya DPD 1 melaksanakan itu Tingkat kabupaten paling tidak tebusannya itu ke wilayah.”⁴⁴

Penyusunan tujuan partai dilakukan secara berjenjang, dari tingkat nasional hingga daerah, dengan setiap kegiatan yang dilaksanakan di tingkat kabupaten akan berdampak pada wilayah-wilayah di bawahnya. Hal ini menunjukkan adanya keterhubungan dan koordinasi antar tingkat organisasi partai untuk mencapai tujuan bersama.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, DPC PPP Majene dalam menetapkan tujuan kampanye politik menunjukkan adanya kordinasi yang kuat antara tingkatan struktur partai yang menciptakan sinergi dalam mencapai tujuan Bersama. DPC PPP Majene memiliki tujuan dengan meraih kursi sebanyak tujuh kursi (35%) walaupun pada akhirnya DPC PPP Majene hanya mendapatkan 5 kursi, akan tetapi pencapaian itu tidak merubah tujuan utama dari DPC PPP Majene yakni agar bisa mencalonkan bupati tersendiri. DPC PPP Majene tidak hanya terfokus pada pemilihan legislatif, tetapi juga bertujuan untuk memperluas pengaruh partai di tingkat kabupaten dan nasional. Proses penetapan tujuan ini dilakukan secara terstruktur, melibatkan berbagai seminar, rapat dan workshop yang diikuti oleh kader-kader partai dari berbagai tingkatan mulai dari nasional hingga ke daerah. Tahapan-tahapan yang dilakukan oleh DPC PPP Majene dalam menetapkan tujuan kampanye politiknya terlihat relevan dengan teori kampanye politik.

Menurut Gregory (2005, dalam venus, 2004:145) dikutip dari (Fatmawati 2021:12)⁴⁵ Menetapkan tujuan kampanye yang efektif harus dirumuskan dengan jelas, spesifik, dan dapat diukur, agar memberikan arah yang tepat. Pendapat ini

⁴⁴Muh. Safaat, Calon Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 3 Wilayah Malunda dan Ulumanda, *Wawancara*, Rumah Kediaman, 1 September 2024.

⁴⁵Fatmawati, *Kampanye Politik Sebuah Pendekatan Fenomenologi*.

didukung oleh Alo Liliweri (Dalam Mutmainnah 2021;19)⁴⁶ menentukan tujuan dan hasil melibatkan penentuan target dan pencapaian yang diharapkan dari setiap program atau kegiatan. Para perumus kebijakan umumnya merumuskan tujuan dan hasil yang ingin dicapai.

c. Identifikasi Target dan Sasaran

DPC PPP Majene dalam mengidentifikasi target dan sasaran untuk dijadikan target komunikasi politik hanya berdasarkan wilayah pada setiap dapil di Kab.Majene. Hasrapuddin sebagai kordinator kampanye;

“Tidak ada, kita langsung saja personal ee perwilayah, langsung perwilayah kami lakukan.”⁴⁷

Pernyataan ini menjelaskan bahwa DPC PPP Majene mengidentifikasi target dan sasaran nya berfokus pada wilayah geografis dan melaksanakan kampanye dengan pendekatan personal di tingkat wilayah tanpa membedakan target secara lebih detail di luar cakupan tersebut.

Mengidentifikasi target dan sasaran kampanye nya lebih dilakukan oleh kandidat legislatif DPC PPP Majene berdasarkan kelompok-kelompok khusus seperti tenaga honorer guru dan masyarakat nelayan. Dia mengutamakan pendekatan personal dengan melakukan komunikasi face-to-face. Salmawati Djamado (49) Calon Legislatif DPC PPP Majene Dapil 1 Wilayah Banggae dan Banggae Timur;

“Kalau saya sasaran nya itu, memang saya terfokus ke tenaga honorer guru, Masyarakat-masyarakat nelayan, ya alhamdulillah Namanya itu kita penjual banyak itu kontak person pegawai-pegawai. Pokoknya itu saya proses perjalanan 2019 saya komunikasi face to face ka, saya mendatangi rumahnya, kadang teman yang bawaka.”⁴⁸

⁴⁶Mutmainnah, “Tesis Strategi Komunikasi Tim Satuan Tugas (Satgas) Kab. Polewali Mandar Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Menghadapi Wabah Virus Corona.”

⁴⁷Hasrapuddin, Mantan Sekretaris Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan (DPC PPP) Majene dan Kordinator Kampanye Pemilihan Legislatif Tahun 2019, *Wawancara*, Café Dondori, 21 July 2024.

⁴⁸Salmawati Djamado, Calon Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 1 Wilayah Banggae dan Banggae Timur, *Wawancara*, Rumah Kediaman, 12 July 2024.

Kutipan diatas menyoroti pentingnya pendekatan personal dan pemanfaatan jaringan untuk membangun hubungan pribadi, guna meningkatkan dukungan dari kelompok-kelompok kunci di daerahnya dalam pemilihan.

Banyak hal yang dilakukan oleh kandidat legislative DPC PPP Majene untuk meraih hati pemilih khususnya kepada daftar pemilih tetap (DPT). Husail (48) Calon Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 2 Wilayah Pamboang, Sendana, Tammerodo dan Tubo.

“Intinya itu kalau dia masuk dalam daftar DPT itu pasti menjadi sasaran. Karena kita memang melakukan door to door, kan tidak selamanya itu misalnya satu rumah kita mau ambil semua kan, maksudnya kalau kita susah ambil bapak nya, ya masuk ke anak nya, masuk ke istrinya, ada beberapa pendekatan persuasif yang biasa kita lakukan.”⁴⁹

Hal ini menunjukkan adanya pendekatan persuasive yang bertingkat, Dimana terdapat Upaya mencari cara terbaik untuk mendapatkan dukukungan dari pemilih melauai anggota keluarga yang berbeda. Target dan sasaran ini menekankan penting nya hubungan interpersonal dalam mengidentifikasi target dan sararan komunikasi politiknya di daerah pemilihan tersebut.

Selain itu untuk mengidentifikasi target dan sararan komunikasi politiknya atau kampanye politik nya dalam rangka untuk meraih hati pemilih, DPC PPP Majene juga melihat progam yang ada di daerah tersebut. Muh. Safaat (36) Calon Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 3 Wilayah Malunda dan Ulumanda.

“Ya kita kan melihat desa masing-masing daerah pemilihan kita, kadang-kadang kita begini saya dulu mendatangi kepala desa se dapil saya, saya sampaikan pak desa program desanya apa, RPJMDS nya apa, jadi kita sesuaikan RPJMDS ta dengan pokok-pokok pikiran saya misalnya di DPRD nanti.”⁵⁰

⁴⁹Husail, Calon Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 2 Wilayah Pamboang, Sendana, Tammerodo dan Tubo, *Wawancara*, Rumah Kediaman, 1 September 2024.

⁵⁰Muh. Safaat, Calon legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 3 Wilayah Malunda dan Ulumanda, *Wawancara*, Rumah Kediaman, 1 September 2024.

Hal diatas menyatakan bahwa mengidentifikasi target dan sasaran kampanye politiknya dengan mempelajari program-program desa melalui Rencana Pembangunan Jangka Menengah Desa (RPJMDS). Strateginya berfokus pada penyelarasan program politiknya dengan kebutuhan desa, sehingga memastikan relevansi dan dukungan dari masyarakat lokal.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, Secara keorganisasian DPC PPP Majene mengidentifikasi target dan sasarannya dengan perwilayah daerah pemilihan. Sedangkan secara personal setiap calon legislatif melakukan identifikasi target dan sasarannya dengan berdasarkan pada segmen-segmen pemilih tertentu. Seperti kondisi geografis (*geographic segmentation*) Identifikasi target dan sasaran DPC PPP Majene lebih terfokus pada wilayah daerah pemilihan Kab. Majene.

Tabel 1.6 Olahan Peneliti Merujuk Pada Dalam Pemilihan Tetap Untuk Setiap TPS Dalam Pemilihan Umum Tahun 2019.⁵¹

Daerah Pemilihan	Kecamatan	Jumlah DPT
Majene 1	Banggae Dan Bangge Timur	46.374
Majene 2	Pamboang, Sendana, Tammerodo, Tubo Sendana.	44.721
Majene 3	Ulumanda dan Malunda	18.842
Total		109.937

Kondisi demografis (*demographic segmentation*) Segmentasi demografis Terlihat dari salah satu calon legislatif Salmawati Djamado Fokus pada guru dan nelayan. Kondisi perilaku (*behaviouristic segmentation*), Menargetkan daftar pemilih tetap (DPT) dan menggunakan metode *Door-to-Door*, yang menekankan pendekatan persuasif dengan menjangkau berbagai anggota keluarga. Kondisi psikografis (*psycographic segmentation*), calon legislatif Muhammad Syafaat

⁵¹Komisi Pemilihan Umum, "Rekapitulasi Daftar Pemilih Tetap Untuk Setiap TPS Dalam Pemilihan Tahun 2019 Untuk Provinsi Sulawesi Barat,," 2019.

menyesuaikan program politiknya dengan nilai-nilai, gaya hidup, dan kebutuhan masyarakat desa, Dengan RPJMDS, ia mencerminkan kesadaran terhadap aspirasi dan tujuan masyarakat lokal, yang merupakan karakteristik dari segmentasi ini.

Langkah-langkah yang dilakukan oleh DPC PPP Majene diatas terlihat bahwa identifikasi target dan sasarannya sesuai dengan teori kampanye politik yang menuntut segmentasi yang lebih spesifik dan terukur. Dalam konteks kampanye politik, Menurut *Gregory (Gregory,2005, dalam Venus, 2004:145)*⁵² identifikasi target dan sasaran merupakan mengidentifikasi secara jelas siapa saja yang menjadi target kampanye ini termasuk membagi target menjadi segmen-segmen yang lebih spesifik untuk memudahkan pendekatan yang efektif. Hal ini senada dengan Arens (1999) dalam mengenal kampanye komunikasi (2011)⁵³, menyatakan bahwa identifikasi dan segmentasi sasaran kampanye dilaksanakan dengan melakukan pemilahan atau segmentasi terhadap kondisi geografis (*geographic segmentation*), kondisi demografis (*demographic segmentation*), kondisi perilaku (*behaviouristic segmentation*) dan kondisi psikografis (*psycographic segmentation*).

d. Menentukan Pesan

Menentukan pesan kampanye oleh DPC PPP Majene dirancang oleh para calon legislatif dan pengambil kebijakan partai. Hasrapuddin Mantan Sekretaris DPC PPP Majene 2019 dan Kordinator Kampanye DPC PPP Tahun 2019

“Para caleg dan ee pengambil kebijakan di partai politik dalam hal ini ketua DPW, Ketua DPP.”

Dalam penyusunan pesan kampanye dan komunikasi politiknya, DPC PPP Majene lebih menekankan pada upaya mensejahterakan masyarakat serta menyampaikan janji-janji yang akan dipenuhi jika berhasil memperoleh kursi.

⁵²Fatmawati, *Kampanye Politik Sebuah Pendekatan Fenomenologi*.

⁵³Duku, “Mengenal Kampanye Komunikasi.”

Hasrapuddin Mantan Sekretaris DPC PPP Majene 2019 dan Koordinator Kampanye DPC PPP Tahun 2019

“Semacam program-program pemerintah yang harus dituangkan dalam APBD. Contoh perbaikan jalan, tergantung situasi wilayah itu, kalau misalnya kita masuk diwilayah yang mungkin jalannya masih rusak atau masih membutuhkan sesuatu. kita sampaikan itu, Ketika kami berhasil meraih kursi kami akan berupaya berjuang untuk berupaya membangun jalan yang misalnya sudah rusak sekali itu. Itu janji-janji seperti itu janji-janji yang kami sampaikan.”⁵⁴

Keberhasilan sebuah partai politik tidak hanya ditentukan oleh kekuatan program dan janji-janji yang disampaikan, tetapi juga oleh kemampuannya untuk memahami kondisi dan kebutuhan masyarakat yang akan diwakilinya. Setiap wilayah memiliki karakteristik dan kebutuhan yang berbeda, sehingga pendekatan yang dilakukan oleh kandidat legislatif partai harus disesuaikan dengan dinamika lokal. Muh. Safaat (36) Calon DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 3 Wilayah Malunda dan Ulumanda.;

“Kita paham karakter pemilih kita disuatu desa. Kan di dapil itu berbeda-beda ya Masyarakat desa A, desa B, desa C, itu kan berbeda-beda cara pendekatannya. Jadi masuk kita di desa A itu kita liat ohh karakter pemilihnya begini dia kekompakannya begini kenapa kompak karena mungkin mayoritas petani kalo dia misalnya mayoritas petani ya kita sentuh pertaniannya kita bantu alat-alat pertanian, kita kasih pupuk. Kalo kemudian kita pergi kampanye ke di daerah Pantai tentu pendekatannya juga beda, pendekatannya apa kita kasih katinting, kita kasih jala untuk menangkap ikan.”⁵⁵

Wawancara diatas menunjukkan bahwa pesan kampanye didasarkan pada pemahaman yang mendalam terhadap karakteristik lokal dan kebutuhan spesifik masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, DPC PPP Majene dalam menentukan suatu rumusan pesan melibatkan para pengambil kebijakan partai dan para calon

⁵⁴Hasrapuddin, Mantan Sekretaris Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan (DPC PPP) Majene dan Koordinator Kampanye Pemilihan Legislatif Tahun 2019, *Wawancara*, Café Dondori, 21 July 2024 .

⁵⁵Muh. Safaat, Calon legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 3 Wilayah Malunda dan Ulumanda, *Wawancara*, Rumah Kediaman, 1 September 2024.

legislatif. DPC PPP Majene menentukan pesan berfokus pada aspek pembangunan infrastruktur dan aspek ekonomi.



*Gambar 1.5 Muktamar VIII Partai Persatuan Pembangunan 2014 di Surabaya.*⁵⁶

Dikarenakan hal ini sesuai dengan hasil Muktamar VIII Partai Persatuan Pembangunan di Surabaya pada tanggal 15-18 Oktober 2014 dengan tema “Meneguhkan Khittah Perjuangan dan Ketaatan Kepada Konstitusi” yang menghasilkan tujuh keputusan politik yang menjadi pandangan politik lima tahun kedepan, salah satunya PPP mendorong pemerintah untuk membuat program yang dapat menyelesaikan persoalan dasar Masyarakat, terkait kesehatan, pendidikan, dan infrastruktur.⁵⁷

Langkah-langkah dalam menentukan pesan yang dilakukan oleh DPC PPP Majene diatas terlihat relevan dengan teori *political campaign* (kampanye politik). di mana pesan kampanye yang efektif mampu menarik perhatian target audiens dan meyakinkan mereka bahwa partai atau kandidat memiliki solusi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini sesuai dengan John Haba (John Haba dalam Efriza, 2012: 468-470), Untuk mencapai tujuan kampanye, setiap kontestan akan

⁵⁶“Muktamar VIII Partai Persatuan Pembangunan,” PT. Jaringan Pemberitaan Nusantara Negeriku, 2014.

⁵⁷Dani Prabowo, “Resmi Ditutup, Ini Hasil Muktamar VIII PPP Di Surabaya,” Kompasiana.com, 2014.

menawarkan program-program yang menurut mereka paling menarik dan bermanfaat bagi masyarakat.⁵⁸

DPC PPP Majene dalam menentukan pesan sejalan dengan penyusunan tujuan kampanye politiknya. Tujuan kampanye politik dari DPC PPP Majene adalah agar dapat meraih kemenangan pada pileg 2019 dan mengajukan calon bupati secara mandiri. Menurut *Gregory (Gregory,2005, dalam Venus, 2004:145)*⁵⁹ pesan harus mampu menarik perhatian dan membujuk target untuk mengikuti tujuan kampanye, sehingga tujuan kampanye dapat tercapai.

e. Strategi dan Taktik

Dalam konteks kampanye politik, strategi merupakan kerangka besar yang digunakan untuk mencapai tujuan, seperti memenangkan pemilu atau membangun citra positif partai. Taktik adalah langkah-langkah operasional dari strategi, mencakup berbagai tindakan langsung seperti penyelenggaraan acara, penggunaan media sosial, distribusi materi kampanye, hingga pendekatan langsung kepada pemilih.

Pada aspek penyelenggaraan acara, DPC PPP Majene mengutamakan kampanye tatap muka. Kegiatan ini dilaksanakan secara rutin dan di setiap pertemuan diberikan ruang bagi peserta kampanye untuk menyampaikan aspirasi serta harapan mereka. Hal ini disampaikan oleh Hasrapuddin Mantan Sekretaris DPC PPP Majene 2019 dan Kordinator Kampanye DPC PPP Tahun 2019;

“Metode yang disampaikan dalam kampanye dalam setiap acara itu, selalu disampaikan atau ada waktu kepada peserta kampanye untuk hal-hal yang apa yang menjadi keinginan. Malah rutusnya itu kebanyakan kampanye yang kami lakukan adalah itu kampanye tatap muka.”⁶⁰

⁵⁸Evi Purnama Sari Nasution, “Strategi Kampanye Politik Dewan Pimpinan Cabang (DPC) Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) Dalam Pemilihan Calon Walikota Dan Wakil Kota Medan Tahun 2015,” 2016, 6.

⁵⁹Fatmawati, *Kampanye Politik Sebuah Pendekatan Fenomenologi*.

⁶⁰Hasrapuddin, Mantan Sekretaris Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan (DPC PPP) Majene dan Kordinator Kampanye Pemilihan Legislatif Tahun 2019, *Wawancara*, Café Dondori, 21 July 2024 .

Pada aspek penggunaan media sosial, meskipun tidak menjadi saluran utama, media ini digunakan untuk memperluas jangkauan pesan dan menonjolkan ketokohan bupati sebagai ikon partai. Husail, Caleg DPC PPP Majene Tahun 2019 Dapil 2, menyatakan:

“Intinya itu saja bagaimana meyakinkan kepada pemilih bahwa PPP itu memang besar, pertama digaungkan pak oleh bupati, kemudian memang cara-cara kerja caleg itu memang maksimal.”⁶¹

Aspek distribusi materi kampanye dilakukan melalui penyebaran selebaran, spanduk, baliho, dan atribut partai. Materi ini dimanfaatkan untuk membangun citra partai dan mengaitkan calon legislatif dengan tokoh bupati. Hasrapuddin Mantan Sekretaris DPC PPP Majene 2019 dan Kordinator Kampanye DPC PPP Tahun 2019;

“Strategi utamanya itu kemaring, kita berusaha mempengaruhi Masyarakat lewat ketokohan pak bupati. Kebetulan kita punya bupati kita tinggal, itu aja, itu kata kunci nya kemaring, itu kemewahan nya PPP karena bupati nya PPP.”⁶²

Pada aspek pendekatan langsung kepada pemilih, strategi yang dilakukan meliputi sosialisasi, door to door, menghadiri acara komunitas, serta memanfaatkan jaringan keluarga dan tim sukses yang solid. Sementara itu, kandidat legislatif dalam mengimplementasikan strategi kampanye politiknya melakukan berbagai upaya, baik untuk kepentingan dirinya sebagai calon legislatif maupun untuk DPC PPP Majene. Armiah (40) Calon legislative DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 2 Wilayah Pamboang, Sendana, Tammerodo dan Tubo;

“Itu tadi yang pertama saya berasal dari keluarga besar, kemudian memang di topan tim-tim yang berkinerja bagus. Selanjutnya itu pola

⁶¹Husail, Calon Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 2 Wilayah Pamboang, Sendana, Tammerodo dan Tubo, *Wawancara*, Rumah Kediaman, 1 September 2024.

⁶²Hasrapuddin, Mantan Sekretaris Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan (DPC PPP) Majene dan Kordinator Kampanye Pemilihan Legislatif Tahun 2019, *Wawancara*, Café Dondori, 21 July 2024 .

sosialisasi kampanye, sosialisasi itu kan ada sosialisasi langsung di Masyarakat.”⁶³

Setiap partai politik memiliki pendekatan yang berbeda dalam menarik perhatian dan kepercayaan calon pemilih. Muh. Safaat (36) sebagai Calon Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 3 Wilayah Malunda dan Ulumanda.:

“Ya ee, kita punya strategi tentu berbeda dari partai lain, untuk menyampaikan strateginya apa, ya kita salah satunya adalah kita menyampaikan ke calon pemilih kita bahwa persoalan-persoalan hari ini di Masyarakat, itu akan kita memperjuangkan di legislative. Ketika terpilih, kemudian yang kedua kita kan kadang-kadang Masyarakat kita ini kan trauma dengan janji-janji politik, jadi kita sampaikan bahwa kehadiran kita ini betul-betul ingin mengabdikan, ingin mendampingi Masyarakat.”⁶⁴

Dalam pernyataan ini, partai politik melakukan pendekatan kepada Masyarakat dengan pendekatan komunikasi politik untuk menawarkan solusi atas masalah yang dihadapi masyarakat, tetapi juga berusaha membangun kepercayaan di tengah trauma masyarakat terhadap janji-janji politik yang seringkali tidak terpenuhi.

Tim kampanye yang solid dan berpengalaman juga memainkan peran penting dalam menjalankan strategi secara efisien dan efektif menjangkau pemilih. Selain itu, pendekatan komunikasi politik yang menekankan pengabdian serta janji yang realistis membantu mengatasi kekecewaan masyarakat terhadap janji politik sebelumnya, membangun kembali kepercayaan, dan memperkuat dukungan.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, DPC PPP Majene menunjukkan bahwa strategi dan taktik dalam kampanye politik pada pemilihan legislatif 2019 memanfaatkan ketokohan Bupati sebagai figur sentral berhasil memengaruhi

⁶³Armiah, Calon legislative DPC PPP Majene tahun 2019, Dapil 2 wilayah Pamboang, Sendana, Tammerodo dan Tubo, *Wawancara*, Kantor DPRD Majene, 22 July 2024.

⁶⁴Muh. Safaat, Calon Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 3 Wilayah Malunda dan Ulumanda, *Wawancara*, Rumah Kediaman, 1 September 2024.

persepsi dan keputusan pemilih. Ketokohan Bupati digunakan sebagai modal utama untuk meyakinkan masyarakat bahwa PPP adalah partai yang memiliki hubungan kuat dengan pemerintahan daerah dan memiliki peluang besar untuk memperjuangkan aspirasi masyarakat. Hal ini sesuai dengan pendapat Anwar Arifin dalam (Asma Aisyah Shinta Balqis:2023)⁶⁵, pengaruh seorang tokoh politik serta kekuatan lembaga politik yang mendukungnya memiliki peran penting dalam menjalankan komunikasi politik di tengah masyarakat.

Pendekatan yang paling dominan dalam strategi kampanye DPC PPP Majene adalah kampanye tatap muka. Para caleg secara rutin melakukan pertemuan langsung dengan masyarakat melalui metode door to door dan diskusi terbuka. Strategi ini memfasilitasi komunikasi dua arah yang memungkinkan calon legislatif memahami kebutuhan dan harapan pemilih secara langsung.

Metode ini menunjukkan bahwa DPC PPP Majene mengedepankan model komunikasi politik partisipatif, bukan hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membuka ruang dialog antara caleg dan konstituen. Dalam wilayah dengan keterbatasan akses media dan tingginya budaya komunal seperti Majene, pendekatan ini terbukti lebih efektif dibandingkan kampanye konvensional berskala besar.

Strategi yang kuat ini dilakukan melalui taktik-taktik yang menggambarkan pemanfaatan komunikasi politik berbasis jaringan atau network-based campaign, di mana kekuatan relasi personal, emosional, dan kekerabatan dijadikan alat untuk menyebarkan pengaruh politik. Di banyak daerah, terutama dalam konteks politik lokal, jaringan sosial memainkan peran krusial dalam membentuk keputusan politik masyarakat. DPC PPP Majene memiliki tim kampanye yang solid di setiap dapil. Tim ini terdiri dari relawan dan keluarga

⁶⁵Asma Aisyah Shinta Balqis, "Strategi Komunikasi Politik Pasangan Ngesti Nugraha Dan Basari (NGEBAS) Dalam Memenangkan Pemilihan Bupati Tahun 2020," 2023, 21.

besar caleg yang bekerja secara terstruktur. Pendekatan ini memperkuat basis dukungan di tingkat lokal karena sudah mengenal karakteristik masyarakat setempat.

Secara keseluruhan, Strategi kampanye DPC PPP Majene tahun 2019 dibangun secara integratif melalui kekuatan simbolik tokoh publik, interaksi langsung dengan masyarakat, dan penguatan jejaring sosial caleg. Kombinasi strategi ini terbukti efektif dalam mendorong DPC PPP Majene meraih lima kursi di DPRD Majene, bahkan menempatkan kadernya sebagai Ketua DPRD. Kesuksesan tersebut menunjukkan pentingnya merancang strategi kampanye yang tidak hanya terpusat pada pesan, tetapi juga pada siapa yang menyampaikan, bagaimana disampaikan, dan bagaimana membangun hubungan yang berkelanjutan dengan masyarakat pemilih. Di sisi internal, DPC PPP Majene juga menjalankan strategi komunikasi internal yang terstruktur sebagai fondasi utama keberhasilan kampanye eksternal. Koordinasi antara pengurus partai, tim kampanye, relawan, serta caleg dilakukan secara intensif melalui rapat-rapat rutin, dan pengarahan langsung. Dengan komunikasi internal yang solid, DPC PPP mampu memobilisasi sumber daya secara optimal dan menjaga stabilitas organisasi selama masa kampanye.

Dari perspektif komunikasi politik, strategi DPC PPP Majene mengandung dimensi komunikasi simbolik melalui ketokohan Bupati, komunikasi interpersonal melalui kampanye tatap muka, serta taktik komunikasi berbasis jaringan sosial melalui pemanfaatan loyalitas komunitas dan kekuatan tim kampanye. Ketiganya saling melengkapi dalam menciptakan efek persuasi politik yang kuat. Dengan pendekatan ini, PPP tidak hanya berhasil menyampaikan pesan kampanye secara efektif, tetapi juga membangun kepercayaan, memperkuat citra partai, dan menciptakan kedekatan emosional dengan pemilih. Ini membuktikan bahwa

dalam konteks lokal seperti Majene, strategi dan taktik komunikasi politik yang bersifat personal, relasional, dan berbasis nilai-nilai sosial budaya memiliki efektivitas yang tinggi dibandingkan kampanye yang bersifat massal dan formalistik.

Pembahasan diatas sesuai dengan teori *political campaign* (kampanye politik) Menurut *Gregory (Gregory,2005, dalam Venus, 2004:145)*⁶⁶ Strategi dan taktik memerlukan perencanaan pendekatan umum yang akan diterapkan dalam kampanye, yang disebut sebagai strategi. Strategi ini kemudian dipecah menjadi tindakan-tindakan konkret atau taktik yang lebih terperinci. Artinya Strategi memanfaatkan ketokohan bupati yang diimplementasikan melalui interaksi langsung (kampanye tatap muka) dengan masyarakat, dan tim yang solid, menjadi pilar utama kesuksesan kampanye DPC PPP Majene.

f. Waktu dan Sumber daya.

Merencanakan penggunaan waktu dan sumber daya secara efektif. Kampanye memiliki durasi waktu tertentu, baik yang ditentukan oleh penyelenggara pemilu dalam hal ini komisi pemilihan umum (KPU) atau oleh politisi yang melakukan kampanye.



Gambar 1.6 Jadwal Pemilu 2019.⁶⁷

⁶⁶Fatmawati, *Kampanye Politik Sebuah Pendekatan Fenomenologi*.

⁶⁷Arlyta Dwi Angraini, "Jadwal Pemilu 2019," indonesiabaik.id, 2019.

Kampanye politik tidak hanya berkaitan dengan strategi dan taktik, tetapi juga harus mempertimbangkan waktu dan sumber daya yang digunakan selama periode kampanye pemilihan legislatif 2019. Jadwal kampanye bagi para calon legislatif serta calon presiden dan wakil presiden Republik Indonesia berlangsung dari 23 September 2018 hingga 13 April 2019. Hasrapuddin Mantan Sekretaris DPC PPP Majene 2019, Kordinator Kampanye DPC PPP Tahun 2019;

“Kita berdasarkan waktu permintaan saja, tetapi selalu melalui koridor yang diatur oleh KPU, Karena mungkin kalo KPU melarang sampai jam 6, ya kita sampai jam 6 gitu. Kita juga selalu merujuk pada aturan KPU pada saat itu.”⁶⁸

Pernyataan diatas didukung oleh Muh. Safaat (36) Calon Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 3 Wilayah Malunda dan Ulumanda;

“Jadi kan begini, kampanye itu kan kita diatur oleh aturan, kalau pemerintah KPU atau Panwas sudah menentukan bahwa tahapannya seperti ini ya kita mengikut disitu.”⁶⁹

Berdasarkan dua wawancara di atas menjelaskan bahwa DPC PPP Majene dalam Setiap kegiatan kampanye harus dilakukan dalam batasan waktu yang telah ditetapkan oleh KPU, sehingga pemanfaatan waktu secara efektif menjadi kunci sukses dalam kampanye. Selain itu, perencanaan harus disesuaikan dengan regulasi yang berlaku, termasuk pembatasan waktu dan kegiatan yang boleh dilakukan selama kampanye

Selain dari mengikuti jadwal kampanye yang di atur oleh KPU secara umum. DPC PPP Majene juga memberikan penegasan kepada 25 caleg nya untuk memberikan jadwal kampanye di setiap zona pemilihannya. Hasrapuddin Mantan Sekretaris DPC PPP Majene 2019, Kordinator Kampanye DPC PPP Tahun 2019;

“Rutin kami lakukan itu menjelang pileg, malah kami memberikan penegasan kepada 25 orang caleg untuk memasukkan jadwal disetiap wilayahnya zonanya masing-masing, jadi nggak menyebrang caleg yang

⁶⁸Hasrapuddin, Mantan Sekretaris Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan (DPC PPP) Majene dan Kordinator Kampanye Pemilihan Legislatif Tahun 2019, *Wawancara*, Café Dondori, 21 July 2024.

⁶⁹Muh. Safaat, Calon Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 3 Wilayah Malunda dan Ulumanda, *Wawancara*, Rumah Kediaman, 1 September 2024.

zona sana itu silahkan memasukkan jadwal oleh pembesar partai dalam hal ini ketua, sekretaris dan tim kampanye berikut pak bupati untuk turun mengkampanyekan caleg yang ada di wilayah itu.”⁷⁰

Pernyataan diatas menggambarkan agar kampanye berjalan secara terkoordinasi dan tidak saling bertabrakan antara caleg di zona pemilihan yang berbeda. Selain itu, partai juga melibatkan tokoh-tokoh penting seperti ketua partai, sekretaris, tim kampanye, serta bupati untuk turut serta dalam mendukung kampanye di setiap wilayah tersebut.

Namun ada hal yang menarik peneliti dapatkan DPC PPP Majene sebelum memasuki masa kampanye yang sudah dijadwalkan oleh KPU sudah mengambil start duluan. Hasrapuddin Mantan Sekretaris DPC PPP Majene 2019, Kordinator Kampanye DPC PPP Tahun 2019;

“Kalo dari internal PPP, itu kan sebelum masuk masa kampanye yang sudah dijadwalkan KPU, itu tadi yang kami lakukan sudah melakukan konsolidasi-konsolidasi, pendekatan-pendekatan kepada Masyarakat, sebelum masa kampanye ditetapkan oleh KPU.”⁷¹

Hal ini menunjukkan bahwa DPC PPP Majene lebih awal dalam mempersiapkan kampanye untuk memperkuat dukungan. Dengan memulai lebih cepat, DPC PPP mendapatkan keuntungan kompetitif dalam membangun hubungan dengan pemilih sebelum jadwal kampanye yang ditetapkan KPU.

DPC PPP Majene tidak hanya interaksi langsung dengan masyarakat, tetapi juga melibatkan penggunaan berbagai media dan teknologi untuk memperluas jangkauan kampanye politiknya. Muh. Safaat (36) sebagai Calon Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 3 Wilayah Malunda dan Ulumanda:

“Ya kita ada pamphlet, ada kartu nama, ada posko pemenangan, ada baliho yang kita pasang, kemudian ada juga group whatsapp. Semua media-

⁷⁰Hasrapuddin, Mantan Sekretaris Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan (DPC PPP) Majene dan Kordinator Kampanye Pemilihan Legislatif Tahun 2019, *Wawancara*, Café Dondori, 21 July 2024.

⁷¹Hasrapuddin, Mantan Sekretaris Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan (DPC PPP) Majene dan Kordinator Kampanye Pemilihan Legislatif Tahun 2019, *Wawancara*, Café Dondori, 21 July 2024.

media alat-alat peraga dan sebagainya itu kita gunakan untuk memanfaatkan sebuah teknologi yang ada. Posko pemenangan itu saya ada tiga ada di malunda 1, ada di pinggiran 1, dan disini 1.”⁷²

Pernyataan di atas menjelaskan bahwa kampanye politik yang digunakan menggabungkan berbagai elemen komunikasi tradisional dan modern. Kandidat memanfaatkan alat peraga kampanye seperti pamflet, baliho, dan kartu nama, serta teknologi digital seperti grup WhatsApp untuk memperluas jangkauan pesan kampanye. Selain itu, adanya posko pemenangan di beberapa lokasi menunjukkan pendekatan lokal yang terfokus untuk memperkuat dukungan di wilayah-wilayah tertentu.

Penggunaan alat peraga kampanye adalah salah satu strategi penting dan sumber daya bagi kandidat baru untuk memperkenalkan diri mereka secara luas. Armiah (40) Calon Legislatif PPP Tahun 2019, Dapil 2 Wilayah Pamboang, Sendana, Tammerodo dan Tubo;

“Ada melalui alat peraga kampanye, saya itu memang strateginya karena saya orang baru saya kasih banyak sekali baliho pokoknya ukuran baliho besar sekali setiap kecamatan itu saya punya baliho 3x4 dan 1x1 dan setiap desa itu tidak ada kosong biar tidak disitu tim ku saya kasih semua baliho.”⁷³

Pernyataan ini menunjukkan sumber daya kampanye yang berbentuk material tergolong agresif dan terencana, khususnya untuk kandidat baru yang berusaha membangun kepercayaan dan pengenalan yang kuat di kalangan pemilih. Penggunaan baliho dalam jumlah dan ukuran yang signifikan merupakan metode efektif untuk meningkatkan kesadaran dan membangun citra kandidat secara luas di seluruh wilayah pemilihan.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, menunjukkan bahwa DPC PPP Majene memanfaatkan waktu dan sumber daya kampanye secara strategis, mengikuti

⁷²Muh. Safaat, Calon Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 3 Wilayah Malunda dan Ulumanda, *Wawancara*, Rumah Kediaman, 1 September 2024.

⁷³Armiah, Calon Legislatif PPP Tahun 2019, Dapil 2 Wilayah Pamboang, Sendana, Tammerodo dan Tubo, *Wawancara*, Kantor DPRD, 22 July 2024.

aturan KPU, dan memadukan berbagai metode komunikasi untuk mendukung efektivitas kampanye mereka. Pendekatan ini mencerminkan perencanaan yang matang dan pelaksanaan kampanye yang terkoordinasi.

Menurut Gregory (Natashya, Hafiar dan Nugraha:2020)⁷⁴, terdapat dua faktor utama yang saling terkait yang perlu diperhatikan saat mempertimbangkan skala waktu. Pertama, tenggat waktu (deadline) harus diidentifikasi agar tugas-tugas yang terkait dengan suatu proyek dapat diselesaikan tepat waktu. Kedua, alokasi sumber daya yang tepat sangat penting agar semua tugas dapat diselesaikan dengan baik.

Pertama, Tenggat waktu (deadline), DPC PPP Majene menunjukkan bahwa mereka secara ketat mengikuti jadwal kampanye yang ditentukan oleh KPU. Hal ini mengindikasikan bahwa mereka mengatur kegiatan dengan cermat untuk mematuhi batasan waktu tersebut. Melalui pengaturan waktu yang efektif, mereka dapat menghindari bentrok antara calon legislatif dan memaksimalkan peluang untuk menjangkau pemilih. Dengan melakukan konsolidasi dan pendekatan kepada masyarakat sebelum masa kampanye resmi, mereka juga menunjukkan bahwa alokasi waktu dapat dimanfaatkan secara proaktif untuk memperkuat dukungan.

Kedua, alokasi sumber daya DPC PPP Majene mengalokasikan sumber daya dengan menggunakan alat peraga kampanye seperti pamflet dan baliho, serta memanfaatkan teknologi digital seperti grup WhatsApp. Mereka juga mendirikan posko pemenangan di beberapa lokasi, menunjukkan pendekatan terencana dalam penggunaan sumber daya. Penggunaan berbagai metode komunikasi tradisional dan modern membantu mereka untuk menjangkau lebih banyak pemilih dan meningkatkan visibilitas kandidat. Hal ini sesuai dengan Pemanfaatan media

⁷⁴Natashya, Hafiar, and Nugraha, "Proses Kampanye Public Relations 'Youtube Broadcast Box' Di Media Sosial."

dalam bentuk apapun merupakan saluran komunikasi kandidat kepada pemilih dapat dianggap efektif dan efisien pada masa kampanye (Tomin et al., 2020)⁷⁵.

Dengan demikian, pembahasan diatas mencakup dua aspek penting dari alokasi waktu dan sumber daya, serta menunjukkan bagaimana keduanya saling berinteraksi dan berkontribusi pada keberhasilan kampanye politik DPC PPP Majene.

g. Evaluasi dan Tujuan

Setelah melaksanakan kampanye politik selama pemilihan legislatif 2019, DPC PPP Majene tidak terlalu menekankan perhatian mereka pada evaluasi kampanye nya. Hasrapuddin Mantan Sekretaris DPC PPP Majene 2019, Kordinator Kampanye DPC PPP Tahun 2019.

“Eee tidak, kami tidak terlalu fokusnya disitu.”⁷⁶

Namun, DPC PPP Majene hanya melakukan evaluasi setelah mendapatkan kekalahan pada pileg tahun 2014. seperti yang diketahui pileg tahun 2014 dimenangkan oleh PAN, sedangkan PPP tidak mendapatkan kursi sama sekali. Hasrapuddin Mantan Sekretaris DPC PPP Majene 2019, Kordinator Kampanye DPC PPP Tahun 2019;

“Iya, evaluasinya itu apa yang menjadikan PPP itu sangat terpuruk sehingga dari yang ada menjadi tidak ada, sehingga kami pacu diri untuk melakukan atau memberikan keyakinan kepada Masyarakat itu bahwa PPP itu sudah bagus, PPP ada pak bupati, ada pengurus-pengurus dan ada calon-calon yang dapat membantu kita untuk menjadi anggota DPRD, karena yang kami rekrut kemaring memang tokoh-tokoh yang di andalkan.”⁷⁷

Pernyataan diatas mengatakan setelah kekalahan pada pemilu 2014, DPC PPP Majene melakukan evaluasi mendalam untuk mempersiapkan pemilu

⁷⁵Yohanes De Britto Bimo Triwicaksono and Adi Nugroho, “Strategi Komunikasi Politik Pemenangan Kepala Daerah,” *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi* 5, no. 1 (2021): 141.

⁷⁶Hasrapuddin, Kordinator Kampanye DPC PPP Majene, *Wawancara*. 21 July 2024.

⁷⁷Hasrapuddin, Mantan Sekretaris Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan (DPC PPP) Majene dan Kordinator Kampanye Pemilihan Legislatif Tahun 2019, *Wawancara*, Café Dondori, 21 July 2024.

legislatif 2019. Partai mengevaluasi penyebab penurunan drastis dan berfokus pada memperbaiki citra serta meningkatkan kepercayaan masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, DPC PPP Majene menunjukkan bahwa setelah meraih kemenangan pada pileg 2019 DPC PPP Majene tidak melakukan evaluasi baik pada saat sebelum kampanye dimulai, selama kampanye berlangsung, serta setelah kampanye selesai. hal ini tidak sesuai dengan teori *political campaign* (kampanye politik) yang dimana terdapat konsep evaluasi dan tujuan untuk menilai sejauh mana tujuan kampanye telah tercapai.

Sehingga lima tahun kemudian pileg 2024 DPC PPP Majene mengalami penurunan hasil suara sah partai politik peserta pemilu sebanyak 9.236 dan hanya mendapatkan tiga kursi di DPRD Kab.Majene⁷⁸. hal ini dikarenakan tidak adanya evaluasi setelah masa kampanye di pileg tahun 2019 sehingga adanya celah dalam proses perencanaan dan pelaksanaan kampanye politik DPC PPP Majene tahun 2024. Menurut Antar Venus (Dalam Nur Hikmah Indrayani:2020) Hasil dari evaluasi kemudian akan digunakan pula untuk tinjauan terhadap program kampanye kedepannya, oleh karenanya proses evaluasi harus dilakukan sebenarnya serta terstruktur. Evaluasi umumnya diselenggarakan sebelum kampanye, saat berlangsung, dan pasca kampanye.⁷⁹

DPC PPP Majene perlu melibatkan evaluasi sebagai bagian penting dari strategi kampanye mereka, dengan tujuan untuk memperbaiki kinerja dan membangun hubungan yang lebih baik dengan pemilih. Evaluasi yang rutin dan berkelanjutan akan membantu mereka memahami dinamika pemilih dan menyesuaikan pendekatan mereka sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat. Menurut Morissan jurnal proses kampanye public relations “Youtube

⁷⁸Komisi Pemilihan Umum, “Penetapan Hasil Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Majene Tahun 2024”.

⁷⁹Nur Hikmah Indriani, “Strategi Komunikasi Politik Tim Pemengan Benyamin Davnie Dan Pilar Saga Ichsan Pada Pilkada 2020 Dimasa Pandemi Covid 19 Melalui Media,” 2022, 160.

Broadcast Box” di media sosial (2020), evaluasi kampanye terdiri dari tiga tahapan, yaitu evaluasi persiapan, pelaksanaan, dan efek. Evaluasi persiapan bertujuan untuk menilai kesesuaian program, strategi pesan, dan taktik kampanye yang diterapkan. Tahap ini mengevaluasi sejauh mana program dapat memenuhi kebutuhan atau situasi yang ada.

Evaluasi pelaksanaan bertujuan untuk mengidentifikasi apa yang sudah berjalan dengan baik, kelemahan yang ada, kesalahan yang terjadi, dan penyebabnya. Tanpa evaluasi yang menyeluruh di tahap ini, DPC PPP Majene tidak akan mengetahui hal-hal tersebut secara rinci.

Evaluasi efek berfokus pada pengukuran dampak yang dicapai, mencatat sejauh mana hasil yang diraih sesuai dengan target audiens dan tujuan kampanye secara keseluruhan.

h. Menyajikan Rencana Kampanye

Penyajian ini harus dilakukan dalam format yang jelas dan terstruktur agar semua pihak yang berkepentingan dengan kampanye dapat dengan mudah memahami rencana tersebut.

Setiap langkah dari DPC PPP Majene untuk menyajikan rencana kampanye nya didasarkan pada prosedur yang telah diatur dalam anggaran dasar partai, dan proses pengambilan keputusan tidak hanya berhenti pada level pengurus harian, tetapi juga melibatkan seluruh tingkatan dalam struktur partai, termasuk di tingkat kecamatan dan ranting. Hasrapuddin Mantan Sekretaris DPC PPP Majene 2019, Kordinator Kampanye DPC PPP Tahun 2019;

“Di struktur organisasi itu kan, pengurus harian DPC Kabupaten dulu, kemudian pengurus harian PAC di Tingkat kecamatan, kemudian Ranting. Jadi kita itu senantiasa melakukan ee rapat-rapat berdasarkan apa yang diatur dalam anggaran dasar, jadi setiap saat kami melakukan rapat harian DPC, rapat Pimpinan, selalu menyampaikan apa yang menjadi Keputusan di pengurus harian, selalu di sampaikan ke PAC, jadi PAC di undang semacam rapat pimpinan yang dihadiri oleh seluruh pimpinan anak cabang

dan pengurus harian DPC. Itu rutin kami lakukan menyampaikan apa yang menjadi Keputusan”⁸⁰

DPC PPP Majene menunjukkan bahwa rapat-rapat rutin menjadi mekanisme utama dalam penyampaian keputusan dan kebijakan, di mana hasil dari rapat pengurus harian disampaikan kepada pimpinan PAC dan ranting dalam forum rapat pimpinan. Dengan demikian, adanya penyajian rencana kampanye yang jelas dan teratur antara pengurus harian di tingkat kabupaten dengan pimpinan di tingkat kecamatan dan ranting, memastikan bahwa semua pihak memahami dan melaksanakan keputusan partai secara konsisten. Hal ini sesuai dengan menyajikan rencana kampanye yang harus dilakukan dalam format yang jelas dan terstruktur agar semua pihak yang berkepentingan dengan kampanye dapat dengan mudah memahami rencana tersebut.

C. Hambatan Strategi Komunikasi Politik Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan Majene Pada Pemilihan Legislatif di Kab. Majene.

Dewan pimpinan cabang partai persatuan pembangunan (DPC PPP) Majene menuju pemilihan legislatif tahun 2019 di Kab. Majene mendapatkan hambatan dalam internal, DPC PPP Majene mengalami ketidakaktifan ketua DPC PPP Majene saat itu, Asnuddin Sokong, yang disibukkan dengan pekerjaan lain di luar partai. Ketidakaktifan ini menyebabkan partai kesulitan dalam melakukan persiapan yang optimal untuk menghadapi pemilihan legislatif. Seperti yang dikatakan oleh Muh. Sfaat (36) Calon Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 3 Wilayah Malunda dan Ulumanda;

⁸⁰Hasrapuddin Mantan Sekretaris Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan (DPC PPP) Majene dan Kordinator Kampanye Pemilihan Legislatif Tahun 2019, *Wawancara*, Café Dondori, 21 July 2024.

“2018 itu transisi, kita kewalahan juga waktu itu karena transisi, pak asnuddin sokong selaku ketua tidak aktif di sibukkan dengan pekerjaan lain.”⁸¹

Pernyataan di atas menggambarkan bahwa pada tahun 2018, DPC PPP Majene sedang berada dalam masa transisi, di mana peran Asnuddin Sokong sebagai ketua DPC sangat krusial dalam menentukan arah strategi dan keputusan partai. Namun, ketidakaktifannya karena kesibukan dengan pekerjaan lain menjadi hambatan besar bagi kepengurusan partai, sehingga terjadi kekosongan kepemimpinan di DPC PPP Majene.

Menjelang Pemilu Legislatif 2019, peran Asnuddin Sokong sebagai ketua DPC PPP Majene yang tidak aktif digantikan oleh Hasrapuddin sebagai sekretaris partai. Sekretaris tersebut merangkap juga sebagai kordinator kampanye untuk mengambil alih tanggung jawab dan memastikan kelangsungan kepemimpinan, operasional, dan administrasi partai selama masa persiapan pileg 2019. Seperti yang dikatakan oleh Muh. Safaat (36) Calon Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 3 Wilayah Malunda dan Ulumanda;

“Yaa sekretaris nya pada waktu itu, Pak hasrapuddin waktu itu yang sangat aktif dan membantu kita dalam hal pemenuhan berkas.”⁸²

Setelah pemilihan legislatif tahun 2019, DPC PPP Majene kemudian mengadakan musyawarah luar biasa (muslub) untuk mengevaluasi kinerja dan arah kepengurusan partai. Muh. Safaat (36) Calon Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 3 Wilayah Malunda dan Ulumanda;

“Nah setelah hasil pileg kita langsung musyawarah luar biasa di muslub itu kita sepakat, oh ini partai-partai tidak akan maju, tidak akan berkembang kalo terus begini pengurusnya. Jadi waktu itu di muslub itu kita sepakati kita ganti asnuddin sokong masuklah ibu salma sebagai ketua DPC.”⁸³

⁸¹Muh. Safaat, Calon Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 3 Wilayah Malunda dan Ulumanda, *Wawancara*, Rumah Kediaman, 1 September 2024. “Wawancara.”

⁸²Muh. Safaat, Calon Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 3 Wilayah Malunda dan Ulumanda, *Wawancara*, Rumah Kediaman, 1 September 2024..

⁸³Muh. Safaat, Calon Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 3 Wilayah Malunda dan Ulumanda, *Wawancara*, Rumah Kediaman, 1 September 2024.

Seluruh pengurus partai sepakat untuk mengganti kepemimpinan demi perkembangan partai yang lebih baik. Melalui hasil muslub, Salmawati Djamado diangkat sebagai ketua DPC PPP Majene untuk periode 2020-2024, menggantikan Asnuddin Sokong. Keputusan ini diambil berdasarkan pandangan bahwa tanpa perubahan kepemimpinan, partai tidak akan dapat berkembang dengan baik di masa mendatang.

Berdasarkan tiga temuan dalam wawancara diatas, dapat dihasilkan bahwa terdapat hambatan dalam DPC PPP Majene, yang dimana pada tahun 2018 DPC PPP Majene menghadapi hambatan besar dalam persiapan pemilihan legislatif 2019 akibat ketidakaktifan ketua partai Asnuddin Sokong, yang disibukkan dengan pekerjaan di luar partai. Ketidakaktifan ini mengakibatkan kekosongan kepemimpinan dan hambatan dalam operasional partai. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, Hasrapuddin, yang menjabat sebagai sekretaris, mengambil alih tanggung jawab sebagai koordinator kampanye dan operasional partai, membantu memastikan kelancaran proses administrasi.

Secara keseluruhan hasil penelitian di atas, DPC PPP Majene menunjukkan hambatan yang di alami DPC PPP Majene terletak pada kepemimpinan Asnuddin Sokong yang tidak aktif. Kepemimpinan dalam organisasi politik memegang peran sentral dalam menentukan arah, strategi, dan efektivitas partai. Menurut Stephen P. Robbins “Kepemimpinan adalah kemampuan untuk memengaruhi suatu kelompok untuk pencapaian tujuan”⁸⁴. Ketidakaktifan Asnuddin Sokong sebagai ketua DPC PPP Majene bukanlah suatu hal yang baik dan mencerminkan kegagalan dalam memenuhi fungsi ini. Teori ini menekankan bahwa ketidakaktifan pemimpin dalam proses pengambilan keputusan akan menyebabkan disfungsi organisasi, yang pada kasus DPC PPP

⁸⁴Imam Mujiono, “Kepemimpinan Dan Keorganisasian,” *Kepemimpinan Dan Keorganisasian* 53, no. 9 (2018): 8.

Majene ditunjukkan melalui kekosongan kepemimpinan di masa kritis menuju Pemilu 2019.

Selain itu terdapat tantangan yang dihadapi oleh kandidat legislatif DPC PPP Majene dalam melaksanakan komunikasi politik dan strategi kampanye politiknya. Husail (48) Calon Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 2 Wilayah Pamboang, Sendana, Tammerodo dan Tubo mengatakan;

“Sebenarnya itu kan yang paling susah itu kalau di pemilihan legislative itu, pertaruangannya itu sebenarnya yang paling susah itu pertarungan internal. Kalau pertarungan ke partai lain itu tidak ini”⁸⁵

Pernyataan diatas menekankan bahwa dalam pemilihan legislatif, salah satu tantangan terbesar adalah pertarungan internal dalam partai itu sendiri. Dalam pelaksanaan kampanye politik DPC PPP Majene pada Pemilu 2019, realitas menunjukkan bahwa tantangan yang dihadapi partai tidak hanya datang dari persaingan dengan partai lain, tetapi juga muncul dari dalam tubuh partai sendiri, yakni persaingan antar calon legislatif dan kelompok-kelompok internal. Salah satu penyebab yang memicu dinamika persaingan ini adalah adanya perbedaan tingkat kedekatan dan pengaruh para caleg terhadap tokoh kunci partai, seperti Bupati Majene yang juga merupakan kader PPP. Situasi ini menciptakan kesan adanya kelompok-kelompok eksklusif dalam proses distribusi dukungan, baik dalam bentuk logistik maupun akses terhadap jaringan kekuasaan politik.

Selain dari pertarungan antara calon legislatif dari DPC PPP Majene sendiri. Terdapat tantangan dari calon legislatif dari partai lain saat menawarkan program kampanye nya. Muh. Safaat (36) Calon Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 3 Wilayah Malunda dan Ulumanda mengatakan;

“Ya lawan caleg-caleg yang lain, oh itu hanya janji samaji yang lain, kemudian oo itu tidak punya peluang jangan pilih ini, nah itukan mempengaruhi pilihan Masyarakat. Jadi semua hal-hal itu kita alami

⁸⁵Husail, Calon Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 2 Wilayah Pamboang, Sendana, Tammerodo dan Tubo, *Wawancara*, Rumah Kediaman, 1 September 2024.

dilapangan. Jadi *black campaign* itu tidak semulus yang kita bayangkan dalam politik.”⁸⁶

Berdasarkan wawancara diatas calon legislatif DPC PPP Majene mendapatkan tantangan yang sangat nyata dalam melakukan kampanye politik bahwa *black campaign* (kampanye hitam) merupakan tantangan serius dalam kampanye politik yang sulit diatasi, dan hal ini mempengaruhi pilihan di masyarakat.

Selanjutnya terdapat juga tantangan yang dihadapi kandidat legislatif dalam hal keterwakilan perempuan di DPRD Kabupaten Majene. Armiah (40) Calon Legislatif DPC PPP Tahun 2019, Dapil 2 Wilayah Pamboang, Sendana, Tammerodo dan Tubo mengatakan;

“Ee ada satu tantangannya, terkadang Masyarakat itu kepercayaan terhadap Perempuan masih agak rendah karena selama ini biasa Perempuan di anggap hanya pelengkap. Karena hanya mengikuti kuota 30% itu.”⁸⁷

Pernyataan Armiah menunjukkan bahwa tantangan utama yang ia dapatkan terletak pada rendahnya kepercayaan masyarakat terhadap perempuan dan pandangan bahwa keterwakilan perempuan hanya sebagai pemenuhan kuota 30%.

Selain dari persaingan secara internal, *black campaign* (kampanye hitam), kepercayaan Masyarakat terhadap Perempuan, terdapat satu lagi tantangan yang dihadapi yakni penyerangan politik identitas saat melakukan kampanye politik. Salmawati Djamado Calon Legislatif DPC PPP Majene Dapil 1 Wilayah Banggae dan Banggae Timur mengatakan;

⁸⁶Muh. Safaat, Calon Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 3 Wilayah Malunda dan Ulumanda, *Wawancara*, Rumah Kediaman, 1 September 2024.

⁸⁷Armiah, Calon Legislatif PPP Tahun 2019, Dapil 2 Wilayah Pamboang, Sendana, Tammerodo dan Tubo, *Wawancara*, Kantor DPRD, 22 July 2024.

“Eee saya sosialisasi di soreang, ada ibu-ibu tiga orang dia sampaikan bahwa saya itu namanya anti memilih dia”⁸⁸

Pernyataan di atas menggambarkan bahwa calon legislatif DPC PPP Majene yang sedang melakukan kunjungan atau kampanye. Namun, dalam interaksi tersebut, ia menghadapi kritik dari tiga perempuan yang menyampaikan penilaian atau serangan verbal terhadap dirinya. Selain itu, Salmawati Djamado juga menghadapi tantangan lain karena dirinya tidak berasal dari Majene, melainkan dari Jeneponto.

Dari hasil penelitian di atas terdapat tantangan yang dihadapi oleh calon legislatif DPC PPP Majene terletak pada persaingan internal kampanye hitam, persepsi terhadap perempuan, dan politik identitas, yang semuanya memengaruhi efektivitas kampanye dan peluang keberhasilan mereka dalam pemilihan legislatif tahun 2019.

⁸⁸Salmawati Djamado, Calon Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 1 Wilayah Banggae dan Banggae Timur, *Wawancara*, Rumah Kediaman, 12 July 2024.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian Strategi Komunikasi Politik Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan Majene Pada Pemilihan Legislatif Di Kab. Majene. Dalam penelitian ini dirumuskan dua masalah. Pertama, Bagaimana Strategi Komunikasi Politik Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan Majene Pada Pemilihan Legislatif di Kab. Majene?. Kedua, Apa saja hambatan dan tantangan Dewan Pimpinan Cabang Partai Persatuan Pembangunan Majene Pada Pemilihan Legislatif di Kab. Majene?

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini, serta hasil dan pembahasan dengan menghubungkan teori *political campaign* (kampanye politik) dengan melihat dari konsep teori yakni Analisis masalah, Penyusunan tujuan, Identifikasi target dan sasaran, Menentukan pesan, Strategi dan taktik, Alokasi waktu dan sumber daya, Evaluasi dan tinjauan, serta Menyajikan rencana kampanye. Maka dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut:

Pertama, Strategi komunikasi politik DPC PPP Majene dalam pemilihan legislatif di Kabupaten Majene mengandung dimensi komunikasi simbolik melalui ketokohan Bupati, komunikasi interpersonal melalui kampanye tatap muka, serta taktik komunikasi berbasis jaringan sosial melalui pemanfaatan loyalitas komunitas dan kekuatan tim kampanye.

Kedua, Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa DPC PPP Majene tidak sepenuhnya menerapkan seluruh konsep teori kampanye politik, khususnya dalam aspek analisis masalah dan evaluasi.

Ketiga, Hambatan DPC PPP Majene terletak pada kepemimpinan Asnudding Sokong yang tidak aktif. Kepemimpinan dalam organisasi politik

memegang peran sentral dalam menentukan arah, strategi, dan efektivitas partai. Kemudian tantangan terdapat pada calon legislatif DPC PPP Majene menghadapi berbagai hambatan yang terletak pada tantangan, baik dari segi persaingan internal, kampanye hitam, persepsi terhadap perempuan, maupun politik identitas, yang semuanya memengaruhi efektivitas kampanye dan peluang keberhasilan mereka dalam pemilihan legislatif tahun 2019.

B. Saran

1. Penelitian ini diharapkan untuk memberikan wawasan mengenai strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh Partai Persatuan Pembangunan (DPC PPP) Majene dalam Pemilihan Legislatif di Kabupaten Majene.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan referensi dalam memahami strategi komunikasi politik Partai Persatuan Pembangunan (DPC PPP) Majene selama Pemilihan Legislatif di Kabupaten Majene, dengan menerapkan konsep dari teori kampanye politik.
3. Peneliti menyarankan agar penelitian selanjutnya mengkaji fenomena banyaknya anggota legislatif tahun 2019 kalah dalam Pemilihan Legislatif tahun 2024 menuju 2029, Salah satunya disebabkan oleh adanya aturan baru terkait penggabungan daerah pemilihan di Kabupaten Majene. Dan Peneliti menyarankan kepada penelitian selanjutnya untuk lebih memperdalam konsep teori *political campaign* (kampanye politik) pada analisis masalah, evaluasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin, By. "Ideologi Khidmat Visi-Misi Partai Persatuan Pembangunan Partainya Umat Islam."
- Aida Farichatul Laila, Khoirul Muslimin, Lukman Hakim. "Taktik Komunikasi Politik Partai Nasdem Dalam Memenangkan Pemilu Legislatif 2019." *Journal of Communication Studies* 1, no. 2 (2022).
- Anggraini, Arlyta Dwi. "Jadwal Pemilu 2019." indonesiabaik.id, 2019.
- Armiah. "Wawancara," 2024.
- Atas, Studi, and Pemenangan Benyamin. *Pilar Saga Ichsan Pada Pilkada Kota Tangerang Selatan Tahun 2020*) Oleh :, 2022.
- AU Ningrum. "Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relation PT Raja Grafindo Persada." *Kampanye Public Relation*, 2017, 14–15.
- Balqis, Asma Aisyah Shinta. "Strategi Komunikasi Politik Pasangan Ngesti Nugraha Dan Basari (NGEBAS) Dalam Memenangkan Pemilihan Bupati Tahun 2020," 2023, 21.
- Basri, Hasan. "Strategi Komunikasi Politik Dpd Partai Golkar Pada Pemilu Legislatif Aceh Tengah 2019." *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 10, no. 1 (2021): 26.
- Canggara, Hafied. *Komunikasi Politik (Konsep, Teori, Dan Strategi)*. Jakarta: PT RajaGrafindo, 2016.
- Salmawati Djamado. "Wawancara," 2024.
- Duku, Sumaina. "Mengenal Kampanye Komunikasi," 2011, 193.
- Fatmawati. *Kampanye Politik Sebuah Pendekatan Fenomenologi*. Banyumas: CV Amerta Media, 2021.
- Fiantika, Feny Rita, Mohammad Wasil, S R I Jumiwati, Leli Honesti, S R I Wahyuni, Erland Mouw, Imam Mashudi, et al. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pt. Global Eksekutif Tekhnologi, 2022.
- Hasrapuddin. "Wawanacara," 2024.
- Henry Subiakto, Rachmah Ida. *Komunikasi Politik, Media, Dan Demokrasi (Edisi Kedua)*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2012.
- Husail. "Wawancara," 2024.
- Indriani, Nur Hikmah. "Strategi Komunikasi Politik Tim Pemengan Benyamin Davnie Dan Pilar Saga Ichsan Pada Pilkada 2020 Dimasa Pandemi Covid 19 Melalui Media," 2022, 160.
- Junaedi, Fajar, Filosa Gita Sukmono, Akhyar Anshori, Abrar Adhani, Tommy Nautico, Sugeng Wahyudi, Slamet Mulyana, et al. "Komunikasi Politik Di Indonesia," n.d.
- Kusmayadi, K. "Adaptasi Komunikasi Partai Politik Islam Pada Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus Reses Fraksi Partai Persatuan Pembangunan DPRD NTB" 19 (2023): 27.
- Mandarnews.com. "KPU Majene Capai Targetkan Partisipasi Pemilih," 2019.
- Muh.Yahya Nur. "Wawancara," 2024.
- Mujiono, Imam. "Kepemimpinan Dan Keorganisasian." *Kepemimpinan Dan Keorganisasian* 53, no. 9 (2018): 8.
- Mukhammad,W. "Strategi Komunikasi Politik Partai Persatuan Pembangunan

- Dalam Mendiseminasi Nilai-Nilai Islam Di Kabupaten Banjarnegara,” 2021, 26–28.
- Muslimin, K, and L Hakim. “Taktik Komunikasi Politik Partai Nasdem Dalam Memenangkan Pemilu Legislatif 2019.” *Journal Of Communication* 2021.
- Mutmainnah. “Tesis Strategi Komunikasi Tim Satuan Tugas (Satgas) Kab. Polewali Mandar Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Menghadapi Wabah Virus Corona,” 2021, 19.
- Nasution, Evi Purnama Sari. “Strategi Kampanye Politik Dewan Pimpinan Cabang (DPC) Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) Dalam Pemilihan Calon Walikota Dan Wakil Kota Medan Tahun 2015,” 2016, 6.
- Natashya, Merina Lydia Isabella, Hanny Hafiar, and Aat Ruchiat Nugraha. “Proses Kampanye Public Relations ‘Youtube Broadcast Box’ Di Media Sosial.” *Gunahumas* 1, no. 1 (2020): 65.
- Pattiasina, Harold Y. “Strategi Komunikasi Politik Pdi Perjuangan Kabupaten Maluku Tengah Pada Pemilu 2014.” *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik* 19, no. 1 (2015): 18.
- Prabowo, Dani. “Resmi Ditutup, Ini Hasil Muktamar VIII PPP Di Surabaya.” *Kompasiana.com*, 2014.
- PT. Jaringan Pemberitaan Nusantara Negeriku. “Muktamar VIII Partai Persatuan Pembangunan,” 2014.
- Rusli. “Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian.” *Metode Penelitian*, n.d., 32–41.
- Safaat, Muh. “Wawancara,” 2024.
- Safira, Dinia Jehan. *Pilar Saga Ichsan Pada Pilkada Kota Tangerang Selatan Tahun 2020*) Oleh :, 2022.
- Sahputra, Dedi. *Politik Dan Media Massa. Persatuan Wartawan Indonesia (PWI)*. Vol. 22, 2019.
- Sholikhah, V. “Manajemen Strategi Ekonomi Agribisnis Dalam Konteks Ilmu Ekonomi Mikro. Lan Tabur: Jurnal Ekonomi Syariah, 2 (2), 113–129,” 2021.
- Siahaan, Steven Patardo. “Strategi Komunikasi Subkultur Punk Melalui Produksi Medis (Studi Deskriptif Strategi Komunikasi Subkultur Punk Di Bandung Melalui Produksi Media Dalam Menyampaikan Kepada Sesama Pelalku Subkultur Punk),” 2018, 15–16.
- Simon, Marvin K., and Mohamed-Slim Alouini. “Types of Communication.” *Digital Communication over Fading Channels 2* (2004): 31–32.
- Siregar, A B, R Rudianto, and “Strategi Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera Dalam Meningkatkan Elektabilitas Pada Pilkada 2020 Di Kota Medan.” *Jurnal Ilmiah Muqoddimah*, 2023.
- “Strategi.” n.d. <https://id.wikipedia.org/wiki/Strategi>.
- Suci R. Marõ Ih Koesomowidjojo, M.Si. *Dasar-Dasar Komunikasi*. Penerbit Bhuana Ilmu Populer, 2021.
- Triwicaksono, Yohanes De Britto Bimo, and Adi Nugroho. “Strategi Komunikasi Politik Pemenangan Kepala Daerah.” *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi* 5, no. 1 (2021): 141.
- Tunggul Prasodjo. *Manajemen Strategi*, 2021.


Umum, Komisi Pemilihan. “Penetapan Hasil Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Majene Tahun 2024.” Komisi Pemilihan Umum, 2024.

“Rekapitulasi Daftar Pemilih Tetap Untuk Setiap TPS Dalam Pemilihan Tahun 2019 Untuk Provinsi Sulawesi Barat,,” 2019.

Wahyudi. “Strategi Komunikasi Partai Politik Berbasis Islam PKB, PPP, Dan PKS Dalam Meningkatkan Elektabilitas Partai Di Kabupaten Jember,,” 2023, 63.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1: Rekomendasi Izin Penelitian

**PEMERINTAH KABUPATEN MAJENE**
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
Alamat : Jl. Jend. Alunad Yani No. 105 Deteng-Deteng Majene
Telp. (0422) 21353 Email : kesbangpol28@gmail.com

REKOMENDASI PENELITIAN
Nomor : 070/308/V1/2024

1. Dasar : 1. Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 125, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4437) sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2008 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 59, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4844);
2. Peraturan Menteri dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
3. Peraturan Bupati Majene Nomor 53 Tahun 2018 tentang Perubahan atas Peraturan Bupati Majene Nomor 29 Tahun 2017 tentang Pelimpahan Kewenangan Penandatanganan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Majene;
4. Surat Edaran Bupati Majene Nomor : 800/Org-Peg/38/II/2017

2. Menimbang : 1. Untuk Tertib administrasi dan pengendalian pelaksanaan penelitian dalam rangka kewaspadaan Dini perlu dikeluarkan Surat Rekomendasi Penelitian
2. Surat Permohonan Rekomendasi Izin Penelitian Wakil Ketua Bidang Akademik Dan Keperawatan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene Nomor: B-219/Sti.03/1.1/PP.00.9/06/2024 Tanggal 12 Juni 2024

Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Majene, memberikan Rekomendasi kepada :

Nama : **ABD. RAHMAT PAI DZI**
Nim : 30356120054
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Simullu Kef. Baruga Kcc. Banggae Timur Kab. Majene

Untuk melakukan Penelitian di **Kantor Pimpinan Cabang Partai Persatuan (PPP)** mulai tanggal 20 Juni 2024 sampai dengan 20 Juli 2024 dengan Proposal berjudul :


"STRATEGIS KOMUNIKASIH POLITIK DEWAN PIMPINAN CABANG PARTAI PERSATUAN PEMBANGUNAN (PPP) PADA PEMILIHAN LEGISLATIF DI KABUPATEN MAJENE"

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, pada prinsipnya kami menyetujui kegiatan penelitian tersebut dengan ketentuan :



1. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat setempat
2. Sesudah melaksanakan kegiatan, yang bersangkutan diharapkan melapor kepada Bupati Majene melalui Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Majene dengan menyerahkan 1(satu) eksamplar foto copy hasil kegiatan.
3. Surat ini dinyatakan tidak berlaku lagi setelah sampai waktu yang telah ditentukan;

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Majene, 13 Juni 2024
An. Kepala Badan
Kepala Bidang Pengembangan Nilai-Nilai Kebangsaan


ABD. RAHMAT AHMAD, S. Sos
Pangkat : Penata Tk. I / III.d
NIP : 19700712 200902 1 001

Lampiran 2: Izin Penelitian

 **PEMERINTAH KABUPATEN MAJENE**
DINAS PENANAMAN MODAL & PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
(DPM-PTSP)
Jln. Ammana Wewang No 12 Telp (0422) 21947 Majene-Sulbar 

IZIN PENELITIAN
Nomor : 500.16.7.2/303/IP/VI/2024

Berdasarkan Peraturan Bupati nomor : 28 Tahun 2021 tentang Pendelegasian Penyelenggaraan Perizinan dan Non Perizinan Pada Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Majene,serta membaca surat Rekomendasi Penelitian Dari Badan Kesatuan bangsa dan Politik Nomor 070/308/VI/2024 Tanggal 13 Juni 2024 maka pada prinsipnya kami menyetujui dan **MEMBERI IZIN** Kepada :


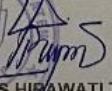
N a m a	: ABD. RAHMAT PAUDZI
Pekerjaan	: Mahasiswa
N I M	: 30356120054
Program Study/Jurusan	: S1 Ushuliddin Adab dan Dakwah
Universitas	: STAIN Majene
Alamat	: Simullu Kel. Baruga Kec. Banggae Timur Kab. Majene

Untuk melaksanakan Penelitian di Kabupaten Majene dengan Judul "**SRATEGIS KOMUNIKASI POLITIK DEWAN PIMPINAN CABANG PARTAI PERSATUAN PEMBANGUNAN (PPP) PADA PEMILIHAN LEGISLATIF DI KABUPATEN MAJENE**" dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, kepada yang bersangkutan diharapkan melapor kepada pemerintah setempat dan atau tempat penelitian yang akan dilaksanakan.
2. Penelitian tidak menyimpang dari Izin yang diberikan.
3. Mentaati semua Perundang-Undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat setempat.
4. Menyerahkan 2 (dua) Exemplar cofy hasil Penelitian kepada Bupati Majene Cq,Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dan Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kab.Majene
5. Surat Izin akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat Izin ini tidak mentaati peraturan diatas.

Demikian surat izin ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Majene
Pada Tanggal : 20-06-2024
Kepala Dinas



H. LIES HIRAWATI THAHIR, S.Sos, M.Adm.Pemb.
Pangkat: Pembina Utama Muda
Nip. 196809281992032011

Lampiran 3: Hasil Wawancara

1. Nama : Hasrapuddin

Jabatan : Mantan Sekretaris DPC PPP Majene 2019, Kordinator Kampanye
DPC PPP Tahun 2019

Tanggal : 21 July 2024

Tempat : Cafe Dondori

ANALISIS MASALAH	Peneliti	Anu pak, apa namanya Itu diwaktu 2019 pak, apakah PPP memiliki konsultan politik dan kordinator kampanye?
	Informan	Tidak, kemaring itu kita mempergunakan metode kemenangannya itu karena kebetulan partai penguasa kan di majene, jadi konsultan politik nda, berjalan secara alamih saja
	Peneliti	Konsultan politik tidak ada pak?
	Informan	Tidak ada, cuman kita kan sebagai organisasi yang cukup tua juga kan, lahir di tahun 1973, cukup berpengalaman mengikuti beberapa pemilu, terus ee kita manage ya organisasi berdasarkan perintah-perintah edaran-edaran dari DPP, apa yang diperintahkan DPP itu yang kita laksanakan berdasarkan Analisa politik nya juga kan. Jadi secara khusus untuk konsultan politik oleh kabupaten majene tidak pernah ada.
	Peneliti	Memang sebelum-sebelum nya mungkin tidak pernah menggunakan konsultan politik

		pak?
	Informan	Nda pernah memake', kita harus selalu merujuk pada apa oleh DPP, baik mekanisme perekrutan organisasi, metode-metode yang dijalankan selalu berdasarkan instruksi DPP maupun surat edarannya.
	Peneliti	Kalau kordinator kampanye nya di tahun 2019 pak?
	Informan	Selalu saya.
	Peneliti	Menurut bapak ditahun 2019 sebagai kordinator kampaye, apasih yang bisa membuat PPP itu menang ditahun 2019 sehingga mendapatkan suara terbanyak dan 5 kursi itu pak?
	Informan	Saya pikir begini, ini kan tidak bisa dipungkiri partai PPP saat itu adalah partai penguasa dalam hal ini bupatinya itu kan PPP, jadi sudah praktis oleh Masyarakat ini dengan atas tindakan-tindakan politik yang dilakukan oleh bapak bupati dalam hal ini memberikan ee mungkin semacam masyarakat' ta tau kan ini pak bupati PPP, Ketika nanti pak bupati turun kampanye kan pak bupati itu sangat berpengaruh. Setiap kampanye kan pak bupati turun lapangan untuk memberikan orasi-orasi politik.

	Peneliti	Jadi ketokohan beliau pak fahmi ini itu sangat berpengaruh?
	Informan	iyah sangat berpengaruh.
	Peneliti	Selain dari ketokohan pak bupati, apa saja itu yang bisa?
	Informan	Selain dari ketokohan pak bupati, itu kerja-kerja partai secara keseluruhan caleg di gembleng pada saat itu untuk bagaimana meraih suara disetiap dapil, caleg-caleg yang katakanlah kemampuan financialnya kurang oleh pak bupati memberikan support dana untuk biaya-biaya sosialisasi ke Masyarakat.
	Peneliti	Sebelum masuk pemilihan legislatif tahun 2019, apakah basis konsituen PPP memang sedikit pak atau banyak pak?
	Informan	Bisa dibilang kan pada saat itu 0 kursi, sebenarnya konsituen PPP pada saat itu masih minim, cuman oleh kerja keras partai dan arahan pak bupati semua caleg digembleng untuk itu.
	Peneliti	Seberapa besar pengaruh dari komunikasi politik atau kampanye yang dilakukan oleh PPP?
	Informan	Sangat besar, karena itu tadi Ketika pak bupati yang Namanya pejabat bupati, kalo turun dimasyarakat sangat di ganruni

		maksudnya sangat disenangi, apalagi kunjungan langsung nya beliau itu selalu membawa bahwa dia adalah ketua partai provinsi, Dan dia juga selalu menggunakan almamaternya. Apalagi pak bupati saat itu dia memiliki kepemimpinan di majene.
	Peneliti	Ketika ada caleg yang melakukan kampanye, Apakah pak bupati selalu turun kampanye?
	Informan	Ketika ada caleg yang minta untuk konsolidasi atau mengumpulkan Masyarakat berdasarkan jadwal yang ditentukan. maka pak bupati selaku ketua partai selalu menyempatkan waktu, pokok nya dia usahakan untuk hadir.
	Peneliti	Apakah ada bentuk komunikasi politik yang dianggap paling efektif yang digunakan pada saat kampanye?
	Informan	Komunikasi politik ya itu saja, menjalankan pemerintahan Ketika PPP nanti berhasil akan bekerjasama dengan pemerintahan untuk kesejahteraan Masyarakat.
	Peneliti	Apa saja yang dilakukan PPP untuk mempersiapkan pileg tahun 2019?
	Informan	Banyak hal yang kami lakukan, terutama merekrut calon yang akan calonn PPP saat

	itu, kita selalu berusaha orang potensi dalam segala hal. contoh kita merekrut calon itu sedapat mungkin dia punya SDM ya agak lumayan lah, kemudian yang kedua kemampuan financialnya untuk bergerak.
Peneliti	Apa saja tahapan yang dilakukan dalam menerapkan strategi komunikasi politik pada saat pileg 2019?
Informan	Itu tadi selalu menjajikan sesuatu akan mensejahterakan Masyarakat melalui program-program yang akan dimasukkan dalam APBD, arahan pak bupati seperti itu.
Peneliti	Apakah ada semacam riset saat melakukan strategi komunikasi politik yang dilakukan?
Informan	Tidak ada, kita alami saja
Peneliti	Apakah PPP memiliki buku atau panduan mengenai strategi komunikasi politik?
Informan	Tidak ada secara itu, seperti yang saya bilang, cuman arah-arahan dari DPP itu biasa surat, semacam surat instruksi DPP.
Peneliti	Apakah ada forum diskusi atau pertemuan-pertemuan Masyarakat atau survei yang dilakukan untuk melakukan semua tahapan-tahan strategi yang tadi dilakukan pak?
Informan	Rutin kami lakukan itu menjelang pileg, malah kami memberikan penegasan kepada

		<p>25 orang caleg untuk memasukkan jadwal disetiap wilayahnya zonanya masing-masing, jadi nggak menyebrang caleg yang zona sana itu silahkan memasukkan jadwal oleh pembesar partai dalam hal ini ketua, sekretaris dan tim kampanye berikut pak bupati untuk turun mengkampanyekan caleg yang ada diwilayah itu. Itu rutin dilakukan.</p>
PENYUSUNAN TUJUAN	Peneliti	<p>Kita paham bahwa tujuan dari komunikasi politik (termasuk kampanye) adalah untuk memenangkan pemilihan legislatif, tapi adakah tujuan lain yang ingin dicapai selain dari menjadi pemenang Pileg?</p>
	Informan	<p>Ee itu dia, Ketika kan secara politis Ketika memenangkan pertarungan di pileg itu, itu kan sudah otomatis kan secara aturan itu bahwa partai pemenang pemilu itu akan menjadi ketua DPR, secara politik kan kalo sudah menjadi ketua DPR dan kebijakan-kebijakan palu ada di tangan ketua kan walaupun sebenarnya secara kolektif dan kolegial disana itu, tapi yang menentukan adalah ketua DPR nya bukan juga penentu utama tapi akan tetap dilakukan musyawarah dan mufakat disana.</p>
	Peneliti	<p>Selain dari untuk memenangkan pileg, apa</p>

		saja pak?
	Informan	Ketika sudah meraih kan, aturan mengikat tentang pencalonan bupati itu kan harus signifikan juga ada Batasan kursi yang ditentukan bahwa seorang bakal calon untuk menjadi calon bupati itu harus mempunyai sebanyak 5 kursi. Tujuan utamanya itu bagaimana meraih kursi sebanyak banyaknya agar bisa kita mencalonkan bupati.
	Peneliti	Selain dari itu, Apakah ada upaya untuk memperkuat citra partai atau memperluas basis pemilih?
	Informan	Itu sudah pasti.
	Peneliti	Bagaimana proses penetapan tujuan itu dilakukan? Apakah sifatnya tertulis atau seperti apa?
	Informan	Banyak hal yang kami lakukan kepada caleg-caleg saja kami sudah buat semacam kesepakatan-kesepakatan diantara para caleg, ini secara internal saya lakukan, memberikan kesepakatan agar caleg yang tidak berhasil untuk senantiasa diberikan penghargaan.
	Peneliti	Apa yang dilakukan agar tujuan dari komunikasi politik ini dipahami oleh semua

		lapisan DPC PPP Majene?
	Informan	Di struktur organisasi itu kan, pengurus harian DPC Kabupaten dlu, kemudian pengurus harian PAC di Tingkat kecamatan, kemudian Ranting. Jadi kita itu senantiasa melakukan ee rapat-rapat berdasarkan apa yang diatur dalam anggaran dasar, jadi setiap saat kami melakukan rapat harian DPC, rapat Pimpinan, selalu menyampaikan apa yang menjadi Keputusan di pengurus harian, selalu di sampaikan ke PAC, jadi PAC di undang semacam rapat pimpinan yang dihadiri oleh seluruh pimpinan anak cabang dan pengurus harian DPC. Itu rutin kami lakukan menyampaikan apa yang menjadi Keputusan.
IDENTIFIKASI TARGET DAN SASARAN	Peneliti	Selain Daftar Pemilih Tetap (DPT), siapa lagi yang menjadi target sasaran kampanye PPP?
	Informan	Tidak ada, kita langsung saja personal ee perwilayah, langsung perwilayah kami lakukan.
MENENTUKAN PESAN.	Peneliti	Terkait pesan-pesan utama yang disampaikan oleh PPP kepada pemilih, pertama itu kan mensejahterakan masyarakat terus menjanjikan sesuatu, nah itu

		menjanjikan sesuatu apa saja tuh yang dimaksud pak?
	Informan	Semacam program-program pemerintah yang harus dituangkan dalam APBD. Contoh perbaikan jalan, tergantung situasi wilayah itu, kalau misalnya kita masuk diwilayah yang mungkin jalannya masih rusak atau masih membutuhkan sesuatu. kita sampaikan itu, Ketika kami berhasil meraih kursi kami akan berupaya berjuang untuk berupaya membangun jalan yang misalnya sudah rusak sekali itu. Itu janji-janji seperti itu janji-janji yang kami sampaikan. Kami juga selalu memberikan kesempatan pada peserta atau para Masyarakat yang ada disitu yang mengikuti perkembangan itu, jadi mereka menyampaikan keinginan-inginan itu.
	Peneliti	Siapa saja yang terlibat penyusunan pesan kampanye?
	Informan	Para caleg, dan ee pengambil kebijakan di partai politik dalam hal ini ketua DPW, ketua DPP, dan selalu merujuk pada apa yang menjadi perintah dari DPP.
STRATEGI DAN TAKTIK.	Peneliti	Apa nih pak, strategi utama PPP dalam memenangkan pileg tahun 2019?

	Informan	Strategi utamanya itu kemaring, kita berusaha mempengaruhi Masyarakat lewat ketokohan pak bupati. Kebetulan kita punya bupati kita tinggali, itu aja, itu kata kunci nya kemaring, itu kemewahan nya PPP karena bupati nya PPP.
	Peneliti	Bisakah Anda memberikan contoh taktik spesifik yang digunakan oleh PPP dalam setiap strategi komunikasi/kampanye yang dilakukan?
	Informan	Metode yang disampaikan dalam kampanye dalam setiap acara itu, selalu disampaikan atau ada waktu kepada peserta kampanye untuk hal-hal yang apa yang menjadi keinginan. Malah rutinnya itu kebanyakan kampanye yang kami lakukan adalah itu kampanye tatap muka.
	Peneliti	Bagaimana strategi ini diimplementasikan di lapangan?
	Informan	Itu kan memang jadwal kampanye ada metode dilapangan dan metode dalam ruangan.
	Peneliti	Bagaimana itu pak kalo metode dilapangan?
	Informan	Lapangan kan semacam kampanye terbuka, itu kan spontan kita lakukan saja menyampaikan orasi-orasi politik. Kalo di

		ditatap muka ruangan tertutup itu kan, itu yang terjadi biasa dialog.
	Peneliti	Diwaktu itu pak, apakah media social PPP aktif untuk menyampaikan terkait kampanye dari PPP?
	Informan	Aaa tidak. Tidak terlalu aktif menyampaikan.
WAKTU DAN SUMBER DAYA.	Peneliti	Berapa lama setiap tahapan dari kampanye PPP?
	Informan	Kita berdasarkan waktu permintaan saja, tetapi selalu melalui koridor yang diatur oleh KPU, Karena mungkin kalo KPU melarang sampai jam 6, ya kita sampai jam 6 gitu. Kita juga selalu merujuk pada aturan KPU pada saat itu.
	Peneliti	Bagaimana pengaturan jadwal kampanye?
	Informan	Jadwal kampanye secara umum kan diatur oleh KPU.
	Peneliti	Kalo dari PPP langsung pak?
	Informan	Kalo dari internal PPP, itu kan sebelum masuk masa kampanye yang sudah dijadwalkan KPU, itu tadi yang kami lakukan sudah melakukan konsolidasi-konsolidasi, pendekatan-pendekatan kepada Masyarakat, sebelum masa kampanye ditetapkan oleh KPU.

	Peneliti	Berarti PPP sudah mengambil start duluan sebelum masuk masa kampanye?
	Informan	Iya begitu.
EVALUASI DAN TUJUAN.	Peneliti	Setelah melakukan kampanye, Apakah ada evaluasi yang dilakukan setelah melaksanakan kampanye pak?
	Informan	Eee tidak, kami tidak terlalu fokusnya disitu.
TINJAUAN, MENYAJIKAN RENCANAKAN KAMPANYE.	Peneliti	bagaimana anda memastikan bahwa rencana kampanye yang sudah di sajikan mudah dipahami oleh pengurus DPC PPP Majene?
	Informan	Mereka menjalankan apa yang diputuskan oleh partai.

PERTANYAAN KHUSUS KORDINATOR KAMPANYE	Peneliti	Apa perbedaan utama dalam strategi komunikasi politik DPC PPP Majene antara pileg tahun 2014 dan 2019?
	Informan	Itu tadi kalo di 2019 kita diuntungkan dengan pak bupati, kalo di 2014 tidak ada kursi.
	Peneliti	Tantangan dan hambatan apa yang di dapatkan selama melakukan strategi komunikasi politiknya atau komunikasi politiknya?
	Informan	Kami saat itu merasa ndada tantangan, karena itu tadi kita sebagai partai penguasa,

		kami merasa elegan maksudnya kami merasa enjoy, kami merasakan kegiatan berdasarkan aturan yang ada.
	Peneliti	Kalo dalam internal pak?
	Informan	Calon pada saat itu sinergi semua, kecuali calon antara kabupaten dan provinsi tidak ada sinergitas, terbukti sekali bahwa perolehan kabupaten berbanding terbalik dengan provinsi. Itu artinya tidak ada sinergitas.
	Peneliti	Bagaimana Anda mengorganisir tim kampanye dan membagi tugas?
	Informan	Metode yang kami lakukan saat itu, ini kan kampanye nya per wilayah dapil, jadi Ketika misalnya pelaksanaan kampanye di dapil 1 maka yang kami ee apa istilahnya itu untuk menjadi Daulat ya untuk menjadi jurkam (Juru kampanye) itu calon yang ada diwilayah itu, kemudian di tambahkan ketua DPW.
	Peneliti	Apa saja media dan saluran komunikasi yang digunakan dalam kampanye?
	Informan	Tidak ada yang secara resmi, kemaring kalo saya tidak salah ingat yah itu semacam kampanye-kampanye berupa baliho, pamflet-pamflet lainnya itu kan disiapkan

		oleh KPU, jadi kita tinggal pasang saja, jadi ada zona pemasangan pun diatur oleh KPU, jadi kita nda lebih dari apa yang diatur oleh KPU saat itu.
	Peneliti	Setelah mendapatkan kekalahan di tahun 2014, apakah PPP melakukan evaluasi untuk menuju pileg di tahun 2019 pak?
	Informan	Iya, evaluasinya itu apa yang menjadikan PPP itu sangat terpuruk sehingga dari yang ada menjadi tidak ada, sehingga kami pacu diri untuk melakukan atau memberikan keyakinan kepada Masyarakat itu bahwa PPP itu sudah bagus, PPP ada pak bupati, ada pengurus-pengurus dan ada calon-calon yang dapat membantu kita untuk menjadi anggota DPRD, karena yang kami rekrut kemaring memang tokoh-tokoh yang di andalkan.
	Peneliti	Siapa saja itu pak?
	Informan	Seperti H.Yahya, ada Armiah itu kan mereka tokoh-tokoh di wilayah masing-masing.

PERTANYAAN KHUSUS SEKRETARIS	Peneliti	Bagaimana proses administratif dalam mendukung strategi komunikasi politik?
	Informan	Ya alhamdulillah saya berjalan dengan bagus, karena seperti tadi baik dari pembiayaan-pembiayaan itu, dibiayai oleh ketua DPW pada saat itu yang dijabati oleh pak bupati, kemudian adminitrasi-administrasi lain dalam artian keinginan-keinginan pemenuhan aturan itu kami berjalan mulus.
	Peneliti	Bagaimana kordinasi antara pengurus pusat, dewan pimpinan wilayah (DPW PPP) Provinsi Sulawesi Barat dan DPC PPP Majene?
	Informan	Selalu komunikasi, bukan hanya itu DPT pun kami selalu kordinasi.
	Peneliti	Apakah ada perubahan dalam struktur organisasi atau peran anggota antara pemilihan legislative tahun 2014 dan 2019?
	Informan	Sangat ada perubahan.

PERTANYAAN TAMBAHAN.	Peneliti	Apakah PPP memperbolehkan atau melarang para calon legislatif untuk melakukan money politik?
	Informan	Kita sudah menyampaikan atau secara

		<p>umum disampaikan kepada calon, bahwa seluruh caleg senantiasa untuk menghindari hal-hal yang melanggar ketentuan yang ada diatur dalam peraturan KPU maupun undang-undang secara umum, dalam hal ini undang-undang pemilu. Adapun pelaksanaan di lapangan secara masing-masing individu itu ya kan kita tidak tahu, yang jelas seperti yang saya sampaikan bahwa dengan system yang berjalan maka semua caleg dari partai manapun, nda akan melakukan berbagai macam cara dan menghalalkan segala macam cara untuk memperoleh suara terbanyak. Termasuk di dalam nya money politik</p>
	Peneliti	<p>Intinya dari pengurus partai sudah menyampaikan yah pak?</p>
	Informan	<p>Sudah menyampaikan bahwa jangan pelanggaran terhadap aturan perundang-undangan maupun peraturan KPU yang diatur.</p>
	Peneliti	<p>Kalau dari PPP ada kasus atau tidak pak, terkait pelanggaran yang dilakukan?</p>
	Informan	<p>Kalau PPP alhamdulillah gak ada pelanggaran hukum yang terjadi disana.</p>

2. Nama : Salmawati Djamado (49)
 Jabatan : Calon Legislatif PPP Dapil 1 Wilayah Banggae dan Banggae Timur.
 Tanggal : 12 July 2024
 Tempat : Rumah Kediaman Informan

PERTANYAAN KHUSUS CALEG	Peneliti	Bagaimana peran anda sebagai ketua DPC PPP Majene dalam mendukung dan memenangkan pemilihan legislatif tahun 2019?
	Informan	Ee 2019 itu, saya belum ketua partai, saya itu masuk di tahun 2019 karena itu hari kekurangan kita kader Perempuan, jadi pas ketua wilayah Dr. Fahmi Massiara pada saat rapat di kabupaten majene memantau bahwa melihat komposisi ternyata terjadi kekurangan kuota Perempuan, akhirnya karena sudah tidak ada calon lain akhirnya dipanggillah saya masuk oleh bendahara PPP itu hari oleh Ikram Halik.
	Peneliti	Berarti di tahun 2019, itu bukan sebagai ketua DPC PPP?
	Informan	Iyah bukan, tapi ee sebelum saya masih caleg saya belum ini, nanti setelah saya terpilih selaku ketua DPRD baru merangkap ke ketua, kalo nda salah itu 2020 saya jadi ketua atau mungkin ya pertengahan. Kisaran

		akhir 2019.
	Peneliti	Sebelum jadi ketua, siapa yang jadi ketua ibu?
	Informan	Hj. Asnuddin Sokong
	Peneliti	Bagaimana peran anda sebagai kandidat legislatif DPC PPP Majene untuk meraih suara dan dukungan Masyarakat untuk memenangkan pileg tahun 2019?
	Informan	Pertama ya kan pertama belum terbagi dapil, sementara saya sangat aktif sebagai tenaga pengajar termasuk yah dibaruga, terus saya juga aktif di organisasi pemuda Pancasila, terus ada juga organisasi sosial, itu yang membuat saya terbuka lebar ruang dan saya juga aktif selaku wirausaha, jadi mungkin jaringan-jaringan disitulah. Dan alhamdulillah tahun 2019 itu benar-benar saya sangat di support sesama tenaga honorer dan tenaga pendidik dan tak lepas juga dari dukungan dan popularitas almarhum.
	Peneliti	Nah ibu kemaring ini meraih suara terbanyak Dimana saja bu?
	Informan	Saya ditahun 2019 itu, tidak ada kami punya basis tapi persebaran hampir merata, tapi hanya tidak sampai 20 TPS itu yang kosong,

		kisaran 10an TPS mungking yang kosong.
	Peneliti	Bagaimana anda menerapkan strategi komunikasi partai politik DPC PPP Majene untuk menarik pemilih?
	Informan	Intinya itu hari yang saya lakukan, mungkin ya tidak ada yang namanya pembatasan, karena kan saya kerja waktu di kantor daerah itu saya dibagian umum, otomatis semua sopir dia masuk diruangan itu. Intinya komunikasi saya itu, saya tidak pernah menganggap diri saya sebagai adek nya bupati, inilah saya, inilah salma yang kau terima. Jadi sampai saya juga masuk juga di anggota ikatan guru taman kanak-kanak. Intinya mengalir apa adanya saja, ya mungkin juga karena basic saya wirausaha.
	Peneliti	Sebagai status caleg, ibu masih menjalankan yang Namanya wirausaha?
	Informan	Iyah masih aktif, masih aktif juga mengajar
	Peneliti	Bagaimana pendekatan komunikasi yang anda gunakan untuk menarik perhatian pemilih?
	Informan	Saya itu hari di 2019, kalau saya ee kadang pertemuan ya para guru yang Non Asn, saya hanya sampaikan bahwa baru kali ini ada teman-teman mu beb yang akan

		<p>memberanikan diri untuk melangkah ke politik, mudah-mudahan para sodaraku menorehkan pilihannya ke saya pada tanggal 17 april. Ya siapapi lagi kasihan yang pilih saya kalo bukan kita. Karena saya ini boleh dikata tidak dikenal, bukan juga saya punya background politik, yang saya ini Taunya hanya selaku guru TK, tenaga honorer dan penjual tentengan kantong dari rumah ke rumah, dari kantor ke kantor.</p>
	<p>Peneliti</p>	<p>Selain dengan yang itu ibu, apakah ada pertemuan-pertemuan yang dilakukan kepada Masyarakat ibu?</p>
	<p>Informan</p>	<p>Iyah banyak-banyak saya, bahkan saya pernah menangis waktu ada salah satu warga yang saya datangi orang tua, saya kesana berdua dan direkomendasi oleh teman saya, saya baru duduk diruang tamu, saya dibawah oleh pak Darwis selaku ketua tim pemenangan saya, dia bilang ini ibu salma iparnya pak fahmi, ohh to jeneponto, iye pak, begini ya nak ya bukan ka tidak mau menorehkan memilih Ananda, tetapi tidak adapi orang majene baru saya pilihki. Saya bilang iyah mohon doanya saja pak kalo kita tidak pilih saya cukup doanya. Itulah</p>

		<p>disitulah tantangan, Namanya teman rekomendasi kita ini pasti semangat juang. Dan yang paling juga berkesan kalo nda salah di kelurahan baurung, saya kesana saya juga membawa sesuatu dan ditemani oleh salah satu sangat simpatisan almarhum, begitu saya duduk, bilang iyah saya diarahkan oleh beliau untuk bersilaturahmi ke kita. Dia sampaikan ke saya dari A sampai Z terkait ketidak puasan. Jadi disitu lagi saya mengambil Kesimpulan bahwa ada plus minus nya selaku kita adek seorang bupati. Disatu sisi kita memang gampang diterima, disisi lain kalo ada semacam kebijakan bupati yang agak bersebarangan disitulah dia menyerang kita. Jadi saya pulang itu saya langsung temui kakak, Daeng besok kayaknya mengundurkan diri ma' di, ini hari pengalamanku saya pagi kisaran jam 10 saya ditolak karena bukanga orang majene, dua saya dicerca habis-habisan karena saya ini dianggap pelampiasan dari segala kebijakanta yang kurang memuaskan.</p>
	<p>Peneliti</p>	<p>Berarti ibu, pada saat masih status caleg banyak hambatan dan tantangan yah bu?</p>

	Informan	Iyah, paling nya itu yang penyerangan politik identitas
	Peneliti	Nah bagaimana itu politik identitas?
	Informan	Eee saya sosialisasi di soreang, ada ibu-ibu tiga orang dia sampaikan bahwa saya itu namanya anti memilih dia.
	Peneliti	Ada Masyarakat yang bilang begitu bu?
	Informan	Iyah Masyarakat, didepan inie, saya kesana untung banyak yang temani saya, jelas diwilayah banggae. Tiga ibu itu yang menyerang saya, jadi saya bilang terimakasih ibu atas penilaian bahwa kita harus mengutamakan ini, tapi sebelum saya menjawab lebih jauh saya akan balik bertanya ke ibu. Saya bilang ibu sudah berapa kali memilih anggota dewan? nabilang saya sudah tiga kali, jadi pada saat setiap pemilihan kan ini orang pribumi yang kita inginkan. Apakah ibu dalam menentukan pilihan itu-itu saja?, nabilang ya berpindah karena tidak puaski, selalu na losolosonganki tau. Jadi saya bilang yang kita pilih itu orang apa?, ya orang pribumi. Ibu kan ini bilang anti pendatang, sementara ibu setiap periode ibu berbeda pilihan, berarti ada ketidak puasan bu. Sementara

		kalo seorang pendatang bu dia akan menjaga namanya Amanah yang diberikan, dia akan menjaga namanya janji yang dikeluarkan. Jadi ya ini saya hanya gambaran karena saya tidak punya jawaban, hanya menjadikan pribumi dan non pribumi.
	Peneliti	Jadi pada saat mendapat hambatan dan tantangan ibu, bagaimana itu bu cara mengatasinya?
	Informan	Intinya ee jangan sekali-kali kita menjustice orang bahwa penilaian mu sama saya salah, karena bisa saja disitulah kita bisa memetik hikmah dan disitu kita bisa berkembang.
	Peneliti	Pesan-pesan apa saja yang disampaikan kepada Masyarakat Ketika melakukan sosialisasi atau kampanye?
	Informan	Saya itu 2019 jujur nda pernahka memberikan janji, saya hanya sampaikan bahwa isnyaallah kalo allah swt memberikan saya Amanah maka saya akan Kembali dan saya berbuat sesuai kapasitas saya.
	Peneliti	Apakah ibu pernah memberikan berbentuk material atau uang ibu?
	Informan	Kalau di dalam sosialisasi seumpunya dia jauh hanya ya transport, tetapi kalo yang dekat dari rumahnya tidak Cuma pembeli

		kue ji.
	Peneliti	siapa yang menjadi sasaran target komunikasi politik dan kampanye ta?
	Informan	Kalau saya sasaran nya itu, memang saya terfokus ke tenaga honorer guru, Masyarakat-masyarakat nelayan, ya alhamdulillah Namanya itu kita penjual banyak itu kontak person pegawai-pegawai. Pokoknya itu saya proses perjalanan 2019 saya komunikasi face to face ka, saya mendatangi rumahnya, kadang teman yang bawa.
	Peneliti	Apasih alasan ibu lebih memilih mentargetkan tenaga honorer, Masyarakat nelayan, dan teman-teman yang sering membeli jilbab ibu. Apasih alasannya bu?
	Informan	Karena memang itulah yang membantu saya menuju jalan puncak jabatan adalah yaitu teman-teman, dan memang dulu boleh dikata tidak ada sekat, kayak lebih enak saya rasa karena ceritanya interkasi dan komunikasi saya sudah terbangun.
	Peneliti	Bagaimana bentuk kampanye komunikasi politik yang anda gunakan?
	Informan	Iya ada baju, Paling terkesan itu saya ada baliho dan kartu nama

	Peneliti	Apakah ibu juga menggunakan media social untuk melakukan kampanye?
	Informan	Eee ada di facebook.

3. Nama : Armiah (40)

Jabatan : Calon Legislatif PPP Tahun 2019, Dapil 2 Wilayah Pamboang, Sendana, Tammerodo dan Tubo.

Tanggal : 22 Juli 2024

Tempat : Kantor DPRD Kab.Majene

PERTANYAAN KHUSUS CALEG	Peneliti	Bagaimana peran anda sebagai kandidat legislatif DPC PPP Majene untuk meraih suara dan dukungan Masyarakat untuk memenangkan pileg tahun 2019?
	Informan	Pertama waktu itu kan kita tidak bisa pungkiri bahwa pada saat 2019 kita mau pileg ketua PPP povinsi itu kan pak bupati, sehingga memang Sebagian besar Masyarakat sudah paham bahwa partai PPP ini partai nya pak bupati, sehingga itu bisa menjadi nilai plus untuk kita para calegnya. sekalipun dimasyarakat pada akhirnya memilih figur tidak memilih lagi partainya siapa.
	Peneliti	Maksudnya ibu, masyakarakat itu melihat caleg nya atau pak bupati nya?
	Informan	Kalau saya karena kebetulan saya berbasis keluarga, dasar masuk politik itu saya berbasis keluarga, karenakan mama saya

		<p>orang pamboang bapak saya orang sendana, jadi berawal dari situ. kenapa berfikir kemudian terjun di politik selain karena memang ada ketertarikan tapi biar tertarikki tidak ada basic karena basic paling utama itu kalau kita di politik pemula harus ada dulu. Jadi say aitu masuk bisa dibilang tidak banyak yang kenalka, sehingga dasar saya awalnya dari keluarga karena kebetulan keluarga besar. Ya kalau keluarga kan tidak perlulah kita bersoasialiasi bagaimana karena mereka sudah tahu kita.</p>
	Peneliti	Ibu kemaring di dapil mana?
	Informan	Kalau 2019 di dapil 2 kecamatan pamboang, sendana, tammerodo, sama tubo.
	Peneliti	Ibu Ketika melakukan kampanye atau sosialisasi terjun ke Masyarakat, apakah ada hal-hal yang disampaikan atau kunci utama dalam melakukan kampanye?
	Informan	Kalau saya kunci ku tidak mau mengumbar janji, saya sampaikan memang disaat kampanye, kalau Masyarakat mau memilih saya karena saya berjanji ini dan itu, saya mungkin tidak akan terpilih karena di DPR

		<p>ini saya belum tau situasinya seperti apa, jangan sampai saya berjanji mau bikin ini itu, padahal setelah di dalam itu kerja-kerja di DPR tidak seperti itu. Satu ji saya yang saya sampaikan ke Masyarakat insyaallah kalo saya terpilih saya akan menyerap aspirasi dan memperjuangkan sebisa saya nanti di DPR.</p>
	Peneliti	<p>Apakah ada hal lain-lain lagi nih bu yang mengenai startegi-strategi ibu sehingga ibu bisa memenangkan?</p>
	Informan	<p>Itu tadi yang pertama saya berasal dari keluarga besar, kemudian memang di topan tim-tim yang berkinerja bagus.</p>
	Peneliti	<p>Selain keluarga, tim pemenangan ada lagi tidak bu?</p>
	Informan	<p>Selanjutnya itu pola sosialisasi kampanye, sosialisasi itu kan ada sosialisasi langsung di Masyarakat, ada melalui alat peraga kampanye. Saya itu memang strategi nya karena saya orang baru saya kasih banyak sekali baliho pokoknya ukuran baliho besar sekali setiap kecamatan itu saya punya baliho 3x4 dan 1x1 dan setiap desa itu tidak ada kosong biar tidak disitu tim ku saya kasih semua baliho.</p>

	Peneliti	Kalau alat peraga kampanye ibu, apakah hanya baliho digunakan?
	Informan	Saya dulu pake stiker, kartu nama bahkan saya cetak baju kaos.
	Peneliti	Diwaktu kampanye apakah ada hambatan dan tantangan ibu?
	Informan	Kalau tantangan itu di periode pertama justru nda terlalu banyak karena kita kan belum duduk, jadi kita belum bisa dinilai Masyarakat bahwa ini bagus kinerjanya atau tidak karena orang baru. Justru bukan menjadi tantangan buat saya karena saya baru, itu menguntungkan bagi saya karena belum bisaka dinilai, jadi kita masih bisa berkomunikasi baik dengan Masyarakat.
	Peneliti	Berarti nda ada hambatan dan tantangan yah bu?
	Informan	Hampir tidak adalah di periode pertama, lebih banyak di periode keduanya malah.
	Peneliti	Apakah partai pernah memberikan arahan kepada caleg-caleg nya?
	Informan	Iya pernah, kan dulu itu kalau kita mau memulai membentuk ketokohan tim.
	Peneliti	Itu per caleg ibu?
	Informan	Iyah per caleg, biasanya itu caleg-caleg lain kita undang, kalo pak bupati sempat

		<p>pak bupati hadir, ya kita saling memperkenalkan lah bahwa inilah caleg nya PPP kita tidak saling menjatuhkan sesama caleg di dapil ta.</p>
	Peneliti	<p>Apakah ibu pernah menganalisis situasi politik di majene sebelum melakukan kampanye?</p>
	Informan	<p>Saya tidak paling pengalaman wilayah itu kalo wilayah ini siapa caleg dulu yang menang. Kalau bilang karakteristik Masyarakat nda ji.</p>
	Peneliti	<p>Siapa saja target sasaran komunikasi politik atau kampanye politik ibu?</p>
	Informan	<p>Pokoknya semua Masyarakat yang bisa dimasuki, saya tidak terfokus kepada Perempuan, ke anak muda, ke milenial tidak, semua yang menjadi wajib pilih.</p>
	Peneliti	<p>Strategi ibu kan tadi ini sudah terkenal dari keluarga besar, terus tidak pernah mengumbar janji, pengaruh dari tim pemenangan, dan pola sosialisasi, kalo tantangan tidak ada</p>
	Informan	<p>Ee ada satu tantangannya, terkadang Masyarakat itu kepercayaan terhadap Perempuan masih agak rendah karena selama ini biasa Perempuan di anggap</p>

		hanya pelengkap. Karena hanya mengikuti kuota 30% itu.
	Peneliti	Itu disampaikan secara langsung bu atau hanya mendengar cerita?
	Informan	Hanya mendengar cerita, karena kan kita ini orang baru.
	Peneliti	Apakah ibu menggunakan social media untuk berkampanye?
	Informan	Pake juga.
	Peneliti	Itu aktif Dimana bu?
	Informan	Facebook.
	Peneliti	Itu setiap hari menyampaikan bu?
	Informan	Tidak, nanti mendekat baru agak-agak kencang, kayak penyampaian apa yang Perempuan juga bisa apalah.
	Peneliti	Dari beberapa strategi yang disampaikan, menurut ibu apa nih strategi yang paling utama?
	Informan	Karena pemulaki kayak nya semuanya deh, beda dengan periode kedua memang strategi yang paling jitu harus pergi ke titik-titik konsituen.
	Peneliti	Tapi di 2019 ibu?
	Informan	Banyak juga Cuma kan kita belum kenal dengan Masyarakat, kalau dulu kan lebih mengandalkan Tim.

	Peneliti	Apakah pengaruh dari pak bupati juga sangat besar ibu?
	Informan	Pengaruhnya ada, kalau dibilang besar tidak juga, karena kan saya bukan dari keluarganya almarhum, kenal juga saya kurang sekali, tapi pengaruh kekuasaan itu adalah.
	Peneliti	Apakah pak bupati pernah ikut diwaktu ibu kampanye?
	Informan	Tidak kalau sosialisasi ke Masyarakat, Cuma saya waktu pengukuhan tim saya undang pak bupati, beliau datang.
	Peneliti	Apakah ibu pernah melakukan money politik?
	Informan	Saya kira money politik secara langsung itu ya kan dilarang sama aturan, tapi berpolitik itu tidak lepas dari Namanya kekuatan financial karena segala bentuk kampanye dan lain-lain itu membutuhkan financial.
	Peneliti	Kalau untuk ke Masyarakat ibu?
	Informan	Ke Masyarakat saya sampaikan ke tim jangan merugikan Masyarakat.
	Peneliti	Merugikan yang dimaksud itu bagaimana bu?
	Informan	Merugikan yang dimaksud itu, kalo

		mereka biasanya bekerja setiap hari gara-gara misalnya kita berharap mereka datang memilih kemudian mereka tidak pergi berkeburu ya apalah yang bisa di bantukan Masyarakat sehingga merasa tidak dirugikan, tapi itu strateginya mi tim bukanmi lagi dari kita yang intervensi secara langsung.
	Peneliti	Tapi ibu melakukan tidak misal ada status caleg yang datang kerumah
	Informan	Ada uang nya
	Peneliti	Iyah itu, apakah ibu melakukan hal seperti ibu?
	Informan	Ya intinya kalo kita melakukan money politik itu merupakan pelanggaran pemilu, tapi itu saya bilang tadi semua kegiatan politik itu tidak terlepas dari financial.
	Peneliti	Apakah ada strategi yang diberikan langsung oleh dari PPP?
	Informan	Kalau langsung instruksi partai tidak adaji, kalau dari partai itu intinya adalah jangan saling menjatuhkan kemudian di Masyarakat itu berkompetisi secara sehat. Partai itu hanya memberikan rambu-rambu ini relugasinya undang-undang, ini regulasinya interen partai, itu saja.

	Peneliti	Bagaimana ibu membagi peran dan tugas masing-masing terhadap tim pemenangan?
	Informan	Kalau saya toh, ada istilah kordinator kecamatan kemudian disetiap desa ada lagi kordinatornya, terus disetiap TPS adalagi orang-orang yang kita taro itu juga yang akan nanti menjadi saksi partai.
	Peneliti	Itu untuk apa tuh bu membagi tugas?
	Informan	Penanggung jawab jalur kordinasi, misalnya nanti ada tim-tim di TPS mau ada datanya masing-masing itu biasanya di kordinator desa dulu di anu dikasih cocok jangan sampai kita data juga na data juga si D, jadi disitu fungsinya jalur kordinasinya.
	Peneliti	Apakah ada pengaruh kekuasaan PPP dari penurunan dua kursi di tahun 2024 ini bu?
	Informan	Ya pasti karena dari lima kursi kita ketua DPR, tiba-tiba jadi tiga kursi kita tidak masuk lagi unsur pimpinan.

4. Nama : Muh.Yahya Nur (60)

Jabatan : Calon Legislatif PPP Tahun 2019, Dapil 1 Wilayah Banggae dan Banggae Timur.

Tanggal : 23 Agustus 2024

Tempat : Rumah Kediaman Informan

PERTANYAAN KHUSUS CALEG	Peneliti	Apakah PPP memiliki konsultan Politik Pak?
	Informan	Kalau konsultan politik itu DPP yang atur, Cuma kita ini diberikan pelatihan rapat Bersama di makassar setelah itu kita Kembali
	Peneliti	Itu pelatihan-pelatihan atau rapat-rapat apa saja pak yang dilakukan?
	Informan	Ya rapat untuk bagaimana pemetaan kemenangan PPP
	Peneliti	Di PPP sudah lama pak?
	Informan	Saya Cuma ditahun 2019, kan saya ini empat periode, PBR dua periode, PAN satu periode, saya kemaring ini di 2014 di PAN, saya di ajak pak fahmi almarhum bupati untuk bergabung bagaimana bisa membesarkan PPP di Kab.Majene. Alhamdulillah langsung dari tidak ada kursi langsung meraih lima kursi.
	Peneliti	Saya juga mau mengkonfirmasi pak, terkait kepemimpinan pak asnuddin sokong, waktu pak asnuddin sokong jadi ketua DPC PPP,

		apakah memberikan arahan mengenai bagaimana kita memenangkan pemilihan legislative di tahun 2019 pak?
	Informan	Semua itu ketua partai berkomitmen itu bagaimana bisa membesarkan partai dan memenangkan pesta demokrasi di pemilihan legislative itu Amanah itu.
	Peneliti	Apakah pak asnuddin sokong juga lama sebagai ketua DPC pak?
	Informan	Nda lama.
	Peneliti	Setelah itu pak siapa yang jadi penggantinya?
	Informan	Ibu salma
	Peneliti	Bapak sebagai caleg dari PPP tahun 2019, apa saja tuh pak strategi nya yang dilakukan?
	Informan	Strategi itu bagaimana kita berkomunikasi kepada warga kita, Masyarakat kita, konsituen kita.
	Peneliti	Nah tadi bapak menyampaikan komunikasi pak, bagaimana itu pak bentuk komunikasi yang dilakukan?
	Informan	Ya kan kita ini pergi ke Masyarakat bukan Cuma pergi bercerita, cuman kan kita ini bagaimana mempertanyakan apa program nya dilingkungannya, Apa kebutuhan warga,

		dimasyarakat itu kan pesisir, ya pada intinya ini kebutuhannya itu kan biar dari nelayan, apa mesin, sumur bor.
	Peneliti	Ada lagi tidak pak mengenai strategi yang dilakukan?
	Informan	Ya pada intinya itu kan Ketika kita ini sudah berkomunikasi ya tanggung jawab kita itu bagaimana itu memuluskan harapannya ke harapannya warga kita, bagaimana mewujudkan harapan mereka. Kan kalo mau minta mesin mau minta sumur bor, masa Cuma cerita nda mungkin kau lia', maksudnya kita harapan ini seiring sejalan Ketika kita ini sudah bisa berkomunikasi mengetahui apa alasannya dia, ya satu-satunya itu bagaimana kita berjuang di pemerintah daerah untuk mewujudkan apa harapannya.
	Peneliti	Apakah bapak memiliki hambatan dan tantangan Ketika melakukan strategi komunikasi politiknya?
	Informan	Tidak ada sih hambatan, kan kalau di pileg tidak ada kampanye, kan kita ini bagaimana bisa langsung tatap muka ke konsituen kita.
	Peneliti	Berarti tidak ada hambatan dan tantangan sama sekali pak?

	Informan	Alhamdulillah nda ada.
	Peneliti	Apakah bapak pernah menganalisis dulu atau ada semacam buku panduan mengenai strategi komunikasi politik yang akan dilakukan nantinya?
	Informan	Kita kan nda melihat ada buku panduan, Cuma kan kita ini turun ke Masyarakat Ketika kita kan jelas ini, kalo warga Masyarakat kita betul-betul sama kita kan nda pling-plang, kan warga sekarang banyak yang pling-plang nda konsisten, jadi umpunya itu bagaimana kita kerik itu, bagaimana ini bisa mensolidkan anggota kita, konsituen kita untuk bagaimana bisa meraih kemenangan.
	Peneliti	Jadi bapak kemaring turun secara langsung ke Masyarakat untuk meyakinkan kepada masyarakat
	Informan	Iyah
	Peneliti	Bagaimana bentuk meyakinkan nya pak?
	Informan	Ya, bagaimana bentuk program yang dapat dinikmati
	Peneliti	Menurut bapak, factor apa saja ini yang berkontribusi pada kemenangan PPP dalam pemilihan legislative tahun 2019?
	Informan	Factor utama itu untuk calon ya, bagaimana

		berkomitmen bagaimana untuk bisa berbuat di Masyarakat itu ji intinya, bagaimana Masyarakat ini bisa apa yang diharapkan itu bisa kita berikan, Ketika komitmen itu sudah jelas kan sudah tidak ada keraguan.
	Peneliti	Kalo mengenai dari partai langsung pak?
	Informan	Kalo partai nda mendukung, tetapi kan semua ini dari masing-masing caleg ini bagaimana kontribusinya ke Masyarakat.
	Peneliti	Ada arahan partai tidak pak?
	Informan	DPP selalu memberikan pelatihan untuk bagaimana memenangkan partai, tapi bagaimana caranya kalo caleg tidak berbuat iya kan, sebanyak apapun arahan dari DPP kalo caleg sendiri yang tidak berbuat nda mungkin.
	Peneliti	Berarti artinya kalo Bahasa mandarnya mekkamate' caleg pak di?
	Informan	Iye harus bekerja keras, makanya tadi saya katakan pak bukan dari partainya.
	Peneliti	Bukan juga dari factor ketokohan pak almarhum bupati?
	Informan	Eee kalo saya dek, saya tidak menganggap factor ketokohan pak bupati, sebab saya kemaring dek tahun 2014 saya kan anggota DPR dari PAN. saya tidak dibantu pak

		bupati, salma yang dibantu, saya berbuat sendiri bisa dua kursi di dapil satu. Makanya saya bilang saya bantah itu ketokohan pak bupati bukan.
	Peneliti	Pesan utama apa saja yang disampaikan kepada Masyarakat?
	Informan	Kita berpesan Ketika memang kita sudah memberikan pelayanan yang terbaik pada warga, bisa menikmati harapannya, kalo memang nya kita masih bisa Bersama kita sama-sama lagi.
	Peneliti	Berarti bapak tidak memberikan harapan juga kepada Masyarakat?
	Informan	Memberikan harapan, itu kan tidak mungkin Masyarakat mau dukung kita kalo tidak ada harapan, Ketika kita berhasil apa harapan kita kan perjuangkan.
	Peneliti	Bagaimana bentuk kampanye politik yang anda gunakan?
	Informan	Saya bentuk kampanye nya ada tim, baju, baliho, rokok juga ada.
	Peneliti	Kita paham bahwa tujuan dari komunikasi politik adalah untuk memenangkan pemilihan legislatif, tapi adakah tujuan lain yang ingin dicapai selain dari menjadi pemenang Pileg?

	Informan	Ya kan sasarannya ini Ketika sudah jelas Nampak ini, kan dampak ke pemilihan bupati ini.
	Peneliti	Bagaimana pandangan bapak terkait money politik?
	Informan	Sebenarnya ini money politik tidak diperbolehkan peraturan perundang-undangan, Cuma kondisi sekarang itu kan buat beli rokok, beli baju itu kan menggunakan uang. Kalau orang tidak ikut pada money politik banyak pada berguguran. Makanya saya bilang tergantung dari calonnya.
	Peneliti	Diwaktu 2019 pak, Apakah bapak melakukan money politik (serangan fajar)?
	Informan	Kalau bagi saya nda adaji.

5. Nama : Muh. Safaat (36)

Jabatan : Calon Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 3 Wilayah Malunda dan Ulumanda.

Tanggal : 1 September 2024

Tempat : Rumah Kediaman Informan

PERTANYAAN KHUSUS CALEG	Peneliti	Bapak masuk di PPP tahun berapa?
	Informan	Saya masuk secara resmi di tahun 2018.
	Peneliti	2018 itu pak asnuddin sokong yang ketua pak?
	Informan	Iya

	Peneliti	Bisa di spill atau di ceritakan sedikit pak terkait kepemimpinan pak asnuddin sokong?
	Informan	2018 itu transisi, kita kewalahan juga waktu itu karena transisi, pak asnuddin sokong selaku ketua tidak aktif di sibukkan dengan pekerjaan lain. Sehingga setelah itu kita juga susah kita ini mau menatap 2019 pemilihan, akhirnya kemudian bupati majene waktu itu dia ketua DPW ada di majene. Nah setelah hasil pileg kita langsung musyawarah luar biasa di muslub itu kita sepakat oh ini partai-partai tidak akan maju tidak akan berkembang kalo terus begini pengurusnya. Jadi waktu itu di muslub itu kita sepakati kita ganti asnuddin sokong masuklah ibu salma sebagai ketua DPC.
	Peneliti	Jadi yang menggantikan pak asnuddin sokong tidak aktif-aktifnya, itu pak bupati?
	Informan	Jadi bukan pak bupati yang menggantikan, tapi itu hasil musyawarah, hasil rapat. Karena dianggap asnuddin sokong tidak aktif. Dan kalo seperti ini kejadiannya tidak aktif tentu akan merugikan partai, jadi seluruh pengurus pada waktu itu baik ditingkat kabupaten sampai di kecamatan, kemudian caleg terpilihnya sepakat waktu

		itu kita ganti pak asnuddin sokong.
	Peneliti	Pada saat pak asnuddin tidak aktif nya sebagai ketua, siapa nih pak yang menggantikan peran nya sebagai ketua?
	Informan	Yaa sekretaris nya pada waktu itu.
	Peneliti	Dan dia juga sebagai kordinator kampanye nya pak?
	Informan	Ya, pak hasrapuddin waktu itu yang sangat aktif dan membantu kita dalam hal pemenuhan berkas.
	Peneliti	Apakah ditahun 2019 menggunakan konsultan pak di partai PPP?
	Informan	Ya, saya melibatkan teman-teman yang aktif di dunia akademisi yang dosen ahli politik, kemudian wartawan senior yang pernah juga ikut di perhelatan politik sebelumnya, dan ya saya sendiri yang memberikan arahan dan petunjuk kepada keluarga dan tim.
	Peneliti	Oh ya akademisi, wartawan, beserta keluarga dan tim pemenangan yah yang dimaksud itu pak?
	Informan	Ya, jadi saya tidak secara langsung menunjuk satu Lembaga resmi konsultan yang secara kelembagaan resmi tapi saya punya teman yang sekarang dia dosen di tadulako palu, dia kebetulan dosen di bidang

		<p>komunikasi politik juga. Jadi saya punya teman ini kan dia ahli politik, dia ahli strategi, kadang-kadang saya telpon minta ilmu nya, strategi apa yang digunakan di Masyarakat kemudian dapat menarik Masyarakat untuk memilih kita. Yang kedua itu tadi teman-teman wartawan yah, karena saya berkeyakinan wartawan itu setiap harinya itu kan berkomunikasi dengan pelaku-pelaku politik di daerah maupun di Tingkat kabupaten, provinsi dan pusat, karena kadang-kadang wartawan senior itu selain dia punya ilmu teori politiknya ya dia juga kadang-kadang berkomunikasi lewat HP, tentu dia punya cukup ilmu untuk menyampaikan strategi juga.</p>
	Peneliti	<p>Bagaimana proses prakteknya Ketika mendapatkan saran dan ilmu nya?</p>
	Informan	<p>Jadi kan ada yang berbeda antara saran dan masukan akademisi, dengan wartawan. Kalau akademisi itu tentu teori politiknya dia paham tetapi prakteknya tidak ada, nah kalau wartawan kan banyak teman-teman kita yang di republik ini yang dulu dia pelaku politik setelah itu masuk wartawan, kemudian juga ada keluarga senior-senior</p>

		ditempat lain yang pernah juga menjadi anggota DPR nah itu juga kita mintai pendapat, jadi kita padukan antara teori politiknya, ilmu politiknya dengan realisasi dan Langkah-langkah di lapangan, jadi kita padukan ilmunya. Sehingga kadang-kadang ini sangat berdampak baik dan hasilnya bagus.
	Peneliti	Apakah DPC PPP memiliki konsultan politik di tahun 2019?
	Informan	Yaa hampir tidak, tapi kan begini dalam politik itu kan ada banyak hal mempengaruhi pemilu kita salah satunya adalah kekuasaan, saya waktu itu yakin betul bahwa periode sebelumnya PPP itu 0 tidak ada kursi, kenapa kemudian tiba-tiba 2019-2024 masuk sampai 5 kursi, artinya dari 0 menjadi pimpinan DPR, nah itu tadi pertama kita paham kondisi wilayah dapil kita masing-masing, kemudian kita sosialisasi, kita ku rang lebih satu tahun persiapan sebelum masuk hari H, ditambah lagi pada waktu itu bupati majene itu adalah ketua partai persatuan Pembangunan. Selain kita memang aktif berkampanye ee ketua DPW itu memberikan pengaruh besar

		kepada pemilih Kab.Majene karena pada saat itu dia menjabat sebagai bupati.
	Peneliti	Persiapan apa tu pak yang dilakukan sebelum menuju satu tahun itu ke 2019?
	Informan	Iya jadi hari H nya itu kan 2019 di awal tahun lah kita pemilihan kira-kira bulan 2 lah waktu itu 2019, nah tentu untuk mempersiapkan diri dalam perhelatan politik itu ya tentu. Kita tidak mungkin lah kita mempersiapkan diri dalam waktu sesingkat-singkat sampai satu, dua bulan. Saya secara pribadi mempersiapkan dulu itu kurang lebih 15 bulan saya datangi warga, ada orang menikah saya kesana, ada acara keluarga saya kesana, ada orang meninggal saya kesana, ada orang yang sakit saya jenguk dirumah sakit dan sebagainya. Jadi ada-ada saja cara-cara kita dilapangan untuk meraih hati pemilik kita, Jadi itu kita persiapkan. Kalo betul-betul kita persiapkan sudah satu tahun yaitu kita menguasai medan, menguasai wilayah-wilayah menjadi daerah pemilihan kita. Kita paham karakter pemilih kita disuatu desa. Kan di dapil itu berbeda-beda ya Masyarakat desa A, desa B, desa C, itukan berbeda-beda cara

		pendekatannya. Jadi masuk kita di desa A itu kita liat ohh karakter pemilihnya begini dia kekompkanya begini kenapa kompak karena mungkin mayoritas petani kalo dia misalnya mayoritas petani ya kita sentuh pertaniannya kita bantu alat-alat pertanian, kita kasih pupuk. Kalo kemudian kita pergi kampanye ke di daerah Pantai tentu pendekatannya juga beda, pendekatannya apa kita kasih katinting, kita kasih jala untuk menangkap ikan.
	Peneliti	Itu tadi persiapan bapak sebagai pribadi, kalo dari partai pak?
	Informan	Ya ee partai PPP kan ini partai tua yang saya pikir tidak asing di Masyarakat terutama yang tua-tua itu Masyarakat yang sudah berada di 60 sampai 70 tahun, karena PPP ini kan tidak susah untuk kita jual karena logonya ka'bah, sementara kita ini kan mayoritas di Majene beragama islam, jadi tentu kalo kita sebut ka'bah dia teringat tentang PPP jadi itu yang kami promosikan. Selain itu juga itu tadi banyak Masyarakat-masyarakat kita yang memang orang-orang tua dulu itu sangat suka dengan PPP.
	Peneliti	Apakah partai memberikan sosialisasi

		terhadap internal partai sendiri pak atau arah-arahan untuk menuju ke 2019?
	Informan	Kontribusinya partai terhadap pemenangan kita ini luar biasa, kita sebagai caleg ini ya, selain partai itu punya program-program di Masyarakat juga yang kita bawa. Partai ini dia kasih kita bekal, bekalnya itu ya kita ada seminar, kita ada rapat-rapat, kita ada workshop yang judul workshop nya itu adalah strategi partai persatuan Pembangunan menuju pemilu 2019 itu banyak kami lakukan,
	Peneliti	Apakah ada semacam riset dulu pak atau buku panduan mengenai strategi komunikasi politik pak?
	Informan	Ya kalo saya secara pribadi ada kita punya materi-materi, ada buku yang kita dapat dari teman, kemudian mudah kita dapatkan di internet yah. Tapi kalo saya secara pribadi selain itu ya Analisa lapangan kondisi wilayah masing-masing, kalo kita paham kondisi wilayah masing-masing ya tentu kita dengan mudah mampu mengelola.
	Peneliti	Kita paham bahwa tujuan dari komunikasi politik adalah untuk memenangkan pemilihan legislatif, tapi adakah tujuan lain

		yang ingin dicapai selain dari menjadi pemenang Pileg?
	Informan	Ya tentu tujuannya bukan hanya kemenangan diri sendiri, tetapi bagaimana kemudian setelah kita terpilih apa yang kita lakukan untuk wilayah dapil kita. Ya kita memperjuangkan hak-hak rakyat, kita memperjuangkan hak-hak ASN, kita memperjuangkan undang-undang yang memihak sama rakyat, APBD yang memihak Masyarakat.
	Peneliti	Selain dari itu pak, apakah ada Upaya untuk memperkuat citra partai atau memperluas basis pemilih?
	Informan	Termasuk.
	Peneliti	Berarti pak pada saat partai PPP banyak melakukan seminar, rapat-rapat dan workshop itu semua jajaran PPP mengetahui tentang tujuan tersebut pak?
	Informan	Iyah kita kadang-kadang melaksanakan secara nasional, ada juga ditingkat DPW Provinsi, ada juga DPD 1 tingkat kabupaten. walaupun misalnya DPD 1 melaksanakan itu Tingkat kabupaten paling tidak tebusannya itu ke wilayah.
	Peneliti	Ada yang sifat tertulis pak di?

	Informan	Ada, kita tembusi disana
	Peneliti	Siapa saja yang jadi target sasaran komunikasi politik atau kampanye saat Pileg 2019? Apakah hanya DPT saja?
	Informan	Ya kita kan melihat desa masing-masing daerah pemilihan kita, kadang-kadang kita begini saya dulu mendatangi kepala desa se dapil saya, saya sampaikan pak desa program desanya apa, RPJMDS nya apa, jadi kita sesuaikan RPJMDS ta dengan pokok-pokok pikiran saya misalnya di DPRD nanti.
	Peneliti	Istilahnya mungkin begini ya pak, bapak sudah mempetakan target Masyarakat yah pak?
	Informan	Ya kita menempatkan program pada tempatnya, kebutuhan Masyarakat kan ada disitu.
	Peneliti	Apa saja pesan-pesan utama yang disampaikan oleh PPP kepada pemilih atau target sasaran di Kabupaten Majene saat tahapan Pileg 2019 berlangsung?
	Informan	Yang pasti waktu itu kita menyampaikan terima kasih karena sudah memberikan kepercayaan kepada PPP dan menjadi salah satu pimpinan di DPRD dan kita bermitra

		dengan Masyarakat. Janji-janji yang pernah kita sampaikan pada saat kampanye itu ya kita kemudian setelah kita terpilih kita Kembali ke Masyarakat.
	Peneliti	Apa strategi utama yang digunakan oleh PPP untuk memenangkan dukungan pemilih di Kabupaten Majene?
	Informan	Ya ee, kita punya strategi tentu berbeda dari partai lain, untuk menyampaikan strateginya apa, ya kita salah satunya adalah kita menyampaikan ke calon pemilih kita bahwa persoalan-persoalan hari ini di Masyarakat, itu akan kita memperjuang di legislative Ketika terpilih, kemudian yang kedua kita kan kadang-kadang Masyarakat kita ini kan trauma dengan janji-janji politik, jadi kita sampaikan bahwa kehadiran kita ini betul-betul ingin mengabdikan, ingin mendampingi Masyarakat, kita betul-betul tidak ingin seperti anggota dewan sebelumnya itu yang hanya mampu memberikan janji, tapi pada saat terpilih tidak dilakukan. Waktu itu saya sampaikan bahwa politik itu adalah alat perubahan tidak boleh kemudian kita putus karena ee apa Namanya janji-janji sebelumnya tidak terpenuhi, tetapi

		perubahan itu kan butuh waktu, butuh kesabaran. Kemudian strateginya itu bagaimana kita merekrut calon di partai yang kira-kira calon itu bisa memberikan kontribusi suara.
	Peneliti	Apakah bapak melakukan money politik (serangan fajar)?
	Informan	Politik itu kan tentu butuh uang, dalam aktivitas kita ini kan tidak mungkin bisa jalan kalo tidak punya uang. Tapi saya bilang bahwa uang itu bukan penentu caleg untuk dia duduk. Saya kemaring terpilih di 2019 itu saya meminta uang pada saat kampanye, saya pergi sosialisasi, tapi kalo dibilang untuk hari H nya saya tidak.
	Peneliti	Bentuk material apa saja yang digunakan berkampanye pak?
	Informan	Ya kita ada pamphlet, ada kartu nama, ada posko pemenangan, ada baliho yang kita pasang, kemudian ada juga group whatsapp. Semua media-media alat-alat peraga dan sebagainya itu kita gunakan untuk memanfaatkan sebuah teknologi yang ada. Posko pemenangan itu saya ada tiga ada di malunda 1, ada di pinggiran 1, dan disini 1.
	Peneliti	Apakah ada hambatan dan tantangan dalam

		melaksanakan strategi komunikasi politiknya pak?
	Informan	Oh iya kita yang hambatannya itu jelas sekali ya, bagaimana kemudian pada saat kita menawarkan program itu muncul lagi lawan.
	Peneliti	Maksudnya lawan pak?
	Informan	Ya lawan caleg-caleg yang lain, oh itu hanya janji samaji yang lain, kemudian oo itu tidak punya peluang jangan pilih ini, nah itukan mempengaruhi pilihan Masyarakat. Jadi semua hal-hal itu kita alami dilapangan. Jadi blackcampaign itu tidak semulus yang kita bayangkan dalam politik semua ada hambatan. Tetapi hambatan-hambatan itu kita hadapi dengan tenang. Tidak boleh panik, tidak boleh gegabah, jadi kita serahkan ke masyarakat yang tau itukan pemilih.
	Peneliti	Bagaimana bentuk pendekatan komunikasi yang bapak gunakan Ketika melakukan kampanye?
	Informan	Saya lebih banyak berkomunikasi ke Masyarakat itu dengan tergantung daerahnya. Kalo dia misalnya Masyarakatnya itu betul-betul pribumi ya kita cara

		pendekatannya dengan pola sesederhana saja. Misalnya kadang-kadang kita temukan daerah itu kan oh bahasanya Bahasa daerah Bahasa di kampungnya, kita gunakan Bahasa kampung itu.
	Peneliti	Setelah melakukan kampanye, apakah bapak melakukan evaluasi?
	Informan	Iya tentu kita lakukan evaluasi, jadi kan misalnya begini kita sudah kampanye, kita sudah sampaikan ke Masyarakat bahwa akan seperti ini, setelah itu kita balik ke rumah kemudian kita rapat dengan keluarga, tim dan sebagainya. Besoknya atau satu dua hari kedepan selain mengutus orang, selain mengutus keluarga, kita juga menelfon langsung bagaimana hasil pertemuan dua hari yang lalu, bagus tidak responnya Masyarakat, ohh iya ini bagus cuman ada permintaannya begini. Selalu kita evaluasi dengan cara monitoring Kembali pada saat kita selesai berkegiatan.
	Peneliti	Berapa lama setiap tahapan kampanye berlangsung?
	Informan	Jadi kan begini, kampanye itu kan kita diatur oleh aturan, kalau pemerintah KPU atau Panwas sudah menentukan bahwa

		tahapannya seperti ini ya kita mengikut disitu.
--	--	-------------------------------------------------

6. Nama : Husail (48).

Jabatan : Calon Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 2 Wilayah Pamboang, Sendana, Tammerodo dan Tubo.

Tanggal : 1 September 2024.

Tempat : Rumah Kediaman Informan.

PERTANYAAN KHUSUS CALEG	Peneliti	Apakah PPP di tahun 2019 memiliki kordinator kampanye pak?
	Informan	Kalo di kontes legislative sendiri itu ada dua strategi yang membedakan antara misalnya kalau dia adalah pemilihan legislative dengan pemilihan kayak pilgub itu beda. Pilkada itu dengan legislative beda itu strategi mainnya.
	Peneliti	Berarti kordinator kampanye siapa pak?
	Informan	Kalau kordinator kampanye itu tidak ada kordinator kampanye pada saat kalau pileg sebenarnya.
	Peneliti	Di tahun 2019 itu pak?
	Informan	Iyah 2019, kalau yang saya pahami ya.
	Peneliti	Kalau konsultan politik pak?
	Informan	Sepengatuan saya tidak ada.

	Peneliti	Menurut bapak nih apa yang membuat PPP menang saat pileg tahun 2019?
	Informan	Kalau di 2019 itu sebenarnya, pertama itukan politik itukan kalau khususnya kita di Kab.Majene itu sebenarnya toh, pada prinsipnya pertama ketua DPW pada saat itu bupati majene pak fahmi massiara itu gaunnya yang pertama. Kemudian memang di 2019 itu rata-rata caleg yang ada, khususnya kami di dapil dua kemaring itu memang hamper semua bekerja dan memang tidak ada satu calegpun dari sepuluh caleg itu rata-rata di atas.
	Peneliti	Apakah ada target dari PPP sendiri terhadap caleg nya?
	Informan	Tidak ada begituan, sebenarnya itu kan yang paling susah itu kalau di pemilihan legislative itu pertarungannya itu sebenarnya yang paling susah itu pertarungan internal. Kalau pertarungan ke partai lain itu tidak ini.
	Peneliti	Selain dari pak bupati dan caleg nya yang bekerja, apakah ada hal yang lain pak?
	Informan	Yang lain itu, pertama ya yang saya bilang tadi caleg nya yang rata-rata bekerja,

		kemudian memang pada saat itu pak bupati yang memimpin partai memang ilmu komunikasi beliau itu bagus dan terarah, cara-cara mengarahkan strategi-strategi politik itu memang bagus pada saat itu.
	Peneliti	Jadi pengaruh komunikasi politik dari pak bupati lah sehingga PPP menang dalam 2019 itu pak?
	Informan	Iya, dan itu bukan cuma di majene, saya rasa rata-rata itu di semua wilayah siapapun penguasa pada saat itu rata-rata mendominasi. Dan saat itu sebenarnya sudah sesuai target, bukan melampaui target. Kemaring targetnya pak bupati itu paling tidak kita tujuh kursi. Karena dipolitik itu sebenarnya memang kita harus begitu.
	Peneliti	Selalu ada target ya pak?
	Informan	Ya target kita memang harus 35%, tapi kemaring ya apa Namanya hampir sebenarnya bisa seandainya pak bupati masih melakukan doktrin-doktrin pada saat dekat-dekat itu saya rasa yakin saya bisa itu.
	Peneliti	Doktrin itu maksudnya apa pak?
	Informan	Artinya begini doktrinnya itu kan ada

		beberapa cara sebenarnya, doktrin-doktrin politik itu pertama ee cara menyampaikan ke publiknya kemudian cara ee melihat orang-orang yang berpengaruh diwilayah misalnya di TPS ini, itukan harus mampu kita petahkan.
	Peneliti	Dari 25 caleg PPP tahun 2019 pak bupati itu mengarahkan semua pak?
	Informan	Iyah semua dia bawa, semua dia gaungkan 25 orang itu.
	Peneliti	Dan pak bupati terjun juga biasa ke Masyarakat?
	Informan	Iya ikut menyampaikan, itu memang tugas partai kan.
	Peneliti	Apa saja tahapan yang dilakukan dalam menerapkan strategi komunikasi politik saat Pileg 2019?
	Informan	Tahapan awal ya itukan paling tidak pertama kan kita mensosialisaikan bagaimana misalnya kalo partai kita sudah ini, misalnya oh PPP nomor urut sepuluh pada saat itukan itu yang pertama yang harus digaungkan. Istilahnya itu kan kalau di politik itukan memang bagaimana cara kita menjual, nah pertama menjual program apa-apa yang mau dilakukan

		setelah terpilih, kemudian menggagungkan ee bagaimana partai ini, kan itu yang sebenarnya harus mampu meyakinkan kepada pemilih ee bahwa memang kita harus maksimal.
	Peneliti	Jadi tahapan awal nya mempromosikan partai ya pak?
	Informan	Iya, kemudian mempromosikan caleg nya kan begitu.
	Peneliti	Apakah ada semacam riset sebelum semua tahapan strategi komunikasi politik/kampanye dilakukan? Misalnya PPP ingin menganalisis masyarakat yang ada di kab.majene sebelum melakukan kampanye
	Informan	Tidak, begini kalau itu kan hampir semua itu memang harus kita mampu mematahkan, pertama kan didalam politik itu ada Namanya melakukan penjarangan laba-laba, ada ilmu strategi nya yang masuk, ya kan pada prinsipnya itu kalo masuk dalam dunia pertarungan itukan pasti ada strategi perang.
	Peneliti	Kita paham bahwa tujuan dari komunikasi politik adalah untuk memenangkan pemilihan legislatif, tapi adakah tujuan lain

		yang ingin dicapai selain dari menjadi pemenang Pileg?
	Informan	Kalau PPP intinya itu satu ji komitmen partai, bagaimana mebaseesarkan partai ditingkat kabupaten maupun ditingkat nasional. Kalau target lain ee ya paling tidak itu bagaimana merebut pimpinan DPRD.
	Peneliti	Selain itu pak, apakah ada Upaya untuk memperkuat citra partai atau memperluas basis pemilih?
	Informan	Kalau basis memilih itu kan ee hampir semua partai melakukan hal yang sama.
	Peneliti	Memperkuat Citra partai masuk juga pak?
	Informan	Ya iyah citra itu kan harus masuk.
	Peneliti	Siapa saja yang jadi target sasaran komunikasi politik atau kampanye saat Pileg 2019? Apakah hanya DPT saja?
	Informan	Kalau dari pemilih tetap sebenarnya, ya kan kita memang hanya ke pemilih, kalau di luar pemilih itu tidak terlalu.
	Peneliti	Ada kelas Masyarakat tidak pak?
	Informan	Tidak, intinya itu kalau dia masuk dalam daftar DPT itu pasti menjadi sasaran. Karena kita memang melakukan door to door, kan tidak selamanya itu misalnya

		<p>satu rumah kita mau ambil semua kan, maksudnya kalau kita susah ambil bapaknya, ya masuk ke anaknya, masuk ke istrinya, ada beberapa pendekatan persuasive yang biasa kita lakukan.</p>
	Peneliti	<p>Apa saja pesan-pesan utama yang ingin disampaikan oleh PPP kepada pemilih atau target sasaran di Kabupaten Majene saat tahapan Pileg 2019?</p>
	Informan	<p>Paling tidak pesan-pesannya ya bagaimana Kembali apa Namanya memper erat kan, kemudian yang kedua kita harus memberikan ucapan terimakasih pada semua pemilih PPP pada saat itu. Kemudian politik itu kan pada prinsipnya bisa membunuh berkali-kali, kemudian bisa juga hidup berkali-kali.</p>
	Peneliti	<p>Apa strategi utama yang digunakan oleh PPP untuk memenangkan dukungan pemilih di Kabupaten Majene?</p>
	Informan	<p>Intinya itu saja bagaimana meyakinkan kepada pemilih bahwa PPP itu memang besar, pertama digaungkan pak oleh bupati, kemudian memang cara-cara kerja caleg itu memang maksimal.</p>
	Peneliti	<p>Bentuk material apa saja yang digunakan</p>

		pak saat berkampanye?
	Informan	Kalau material yang digunakan paling alat peraga kampanye ji, kemudian operasional.
	Peneliti	Seperti apa itu alat peraga kampanye pak?
	Informan	Stiker, ada nomor urut, baliho yang di pasang-pasang. Tapi pengaruh sebenarnya seperti hanya 2%.
	Peneliti	Kalau memang 2% pak, kenapa tidak mencoba hal yang baru?
	Informan	Tidak, karena memang dalam rumus yang saya miliki seratus satu Langkah kalo kita mau ke kontes politik harus ada itu, dan itu semua ada pengaruh nya dari sekian persen.
	Peneliti	Kalau pengaturan jadwal kampanye pak?
	Informan	Saya kan sebenannya satu tahun sebelum saya kan sudah mulai jalan.
	Peneliti	Belum status caleg ya pak?
	Informan	Iya.
	Peneliti	Setelah melakukan kampanye, apakah bapak melakukan evaluasi?
	Informan	Pastilah, kalau misalnya evaluasi kampanye kan tidak semua orang didatangi itu langsung kita bisa rekrut, kemudian ada juga yang bisa langsung kita rekrut tapi ohh ternyata woo, itulah gunanya intelijen

		politik.
	Peneliti	Apa tuh maksudnya intelijen politik pak?
	Informan	Aa, bagaimana bisa mendeteksi orang bisa meyakini bahwa memang dia memilih kita.
	Peneliti	Bagaimana peran anda sebagai kandidat legislatif DPC PPP Majene untuk meraih suara dan dukungan Masyarakat untuk memenangkan pileg tahun 2019?
	Informan	Kalau peran saya, saya meraih suara itu hampir seribu tujuh ratus, tapi memang target saya pada saat itu hanya memang 2000 an. Kalau peran nya yah alhamdulillah saya hanya bisa bersyukur bisa berperan dan membesarkan partai PPP pada saat itu di Kab.Majene.
	Peneliti	Bentuk kampanye politik yang digunakan tadi pak itu door to door pak di?
	Informan	Iya door to door, kemudain sebenarnya ada beberapa cara, kan ada dua perang itu di dunia politik, pertama perang darat dan perang udara.
	Peneliti	Apa saja hambatan dan tantangan dalam menerapkan strategi komunikasi partai politik DPC PPP Majene?
	Informan	Oh iya pasti, kalau hambatannya itu begini misalnya oh ini orang sudah saya rekrut

		<p>berapa bulan, kemudian terakhir-terakhir ternyata dia beralih ke partai lain. Kemudian ee yang paling banyak tantangannya itu sebenarnya adalah pertanyaan-pertanyaan dari Masyarakat. Apa tujuanmu ini mau jadi anggota DPRD, nah itu yang harus mampu kita jelaskan. Itupun harus kita mampu buktikan itu dari misalnya 10 program yang mau kita gunakan sebagai pada saat menjadi anggota DPRD.</p>
	Peneliti	Apakah PPP melakukan money politik?
	Informan	<p>Tidak ada politik Indonesia tidak menggunakan money politik, kemudian bukan satu-satunya money politik yang bisa tim orang berhasil dalam dunia politik. saya jujur di 2019 itu ada sekitar 400 pemilih saya, saya yakin saya tidak menggunakan uang, hanya saya menggunakan bakti-bakti sosial saya.</p>

Lampiran 4: Dokumentasi

1. Wawancara Hasrapuddin, Mantan Sekretaris dan Kordinator Kampanye DPC PPP Majene Tahun 2019.



2. Wawancara Salmawati Djamado (49), Kandidat Legislatif DPC PPP Majene Dapil 1 Wilayah Banggae dan Banggae Timur.



3. Wawancara Armiah (40), Kandidat Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 2 Wilayah Pamboang, Sendana, Tammerodo dan Tubo.



4. Wawancara Muh. Yahya Nur (60), Kandidat Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 2 Wilayah Pamboang, Sendana, Tammerodo dan Tubo.



5. Wawancara Muh. Safaat (36), Kandidat Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 3 Wilayah Malunda dan Ulumanda.



6. Wawancara Husail (48), Kandidat Legislatif DPC PPP Majene Tahun 2019, Dapil 2 Wilayah Pamboang, Sendana, Tammerodo dan Tubo.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Abd. Rahmat Paudzi yang akrab disapa Rahmat atau Fauzi, lahir di Simullu, 06 Juni 2002. Anak kembar dari tiga bersaudara, buah hati pasangan Syahrir dan Rasnah. Penulis bertempat tinggal di Jl. Kh. Abd. Rahim Kelurahan Baruga Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat. Penulis menyelesaikan pendidikan di Madrasah Ibtidaiyah Negeri Simullu pada tahun 2013.

Kemudian ditahun yang sama melanjutkan pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Negeri Majene dan tamat pada tahun 2016. Penulis kemudian melanjutkan pendidikannya di Sekolah Menengah Kejuruan (SMKN) 2 Majene lulus ditahun 2019. Setelah itu, penulis melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi di STAIN Majene melalui jalur SPAN PTKIN di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Penulis memiliki pengalaman organisasi selama menempuh Pendidikan di STAIN Majene, menjadi anggota Humas Organisasi Satuan Ikatan Mahasiswa Mandar Majene Indonesia (IM3I) periode 2022-2023, Selanjutnya menjadi Ketua Organisasi Satuan Ikatan Mahasiswa Mandar Majene Indonesia (IM3I) Periode 2023-2024. Kemudian menjabat sebagai Badan Penasehat Ikatan Mahasiswa Mandar Majene Indonesia (IM3I) periode 2024-2025.