

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK TIM SUKSES DALAM PEMENANGAN PEMILU LEGISLATIF DI KABUPATEN KUNINGAN

(Studi Kasus Tim Pemenangan Momon Sutrisna pada Pemilu Legislatif
Periode 2004-2009 dan 2009-2014)

Dikhorir Afnan

Dosen Tetap Prodi D3 Kehumasan FISIP Universitas Muhammadiyah Cirebon

Jl. Tuparev No.70 Cirebon, Telp/Fax: 0231-209806

Email: dik.gassela@gmail.com

ABSTRAK

Strategi komunikasi politik sangat penting untuk dianalisis. Soalnya, strategi tersebut tidak hanya menentukan kemenangan politik pesaing, tetapi juga akan berpengaruh terhadap perolehan suara partai. Strategi memberikan beberapa manfaat melalui kegiatan taktiknya yang mampu membangun dan menciptakan kekuatan melalui kontinuitas serta konsistensi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi tim sukses dalam pemenangan pencalonan pemilu legislatif di Kabupaten Kuningan. Subjek dari penelitian ini adalah mantan anggota DPRD Kabupaten Kuningan periode 2004-2009 dan 2009-2014. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan tradisi studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis melalui relawan mahasiswa Fisip UMC dengan cara wawancara mendalam, studi dokumentasi, dan studi kepustakaan. Kesimpulan dari penelitian secara umum menunjukkan bahwa zonasi konstituen sangat berperan terhadap elektabilitas seorang kandidat kepala daerah. Oleh karenanya peran tim sukses untuk menyukseskan calonnya agar menang dalam pemilu legislatif sangatlah penting.

Kata Kunci: *Pemilu, Legislatif, Calon, Elektabilitas, Komunikasi Politik*

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Kehidupan politik tidak bisa dipisahkan dan akan mewarnai satu sistem pemerintahan dimanapun berada, tidak terkecuali dalam sistem pemerintahan Indonesia. Kehidupan politik bangsa Indonesia telah diatur dalam konstitusi Negara yaitu UUD 1945 seperti pasal 1 ayat (2) yang berbunyi:

“Kedaulatan berada ditangan rakyat dan dilaksanakan menurut Undang-Undang Dasar”

Selain itu, dalam pembukaan UUD 1945 pada alinea keempat juga terkandung makna demokrasi, adapun bunyi alinea keempat UUD 1945 adalah sebagai berikut:

“Kemudian dari pada itu untuk membentuk suatu Pemerintah Negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian

abadi dan keadilan sosial, maka disusunlah Kemerdekaan Kebangsaan Indonesia itu dalam suatu Undang-Undang Dasar Negara Indonesia yang terbentuk dalam susunan Negara Republik Indonesia yang berkedaulatan rakyat dengan berdasarkan kepada Ketuhanan Yang Maha Esa, Kemanusiaan yang adil dan beradab, Persatuan Indonesia dan Kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan/perwakilan, serta dengan mewujudkan suatu keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia.”

Dalam tahapan ini, upaya pembinaan kehidupan masih perlu dilakukan untuk menciptakan kehidupan yang demokratis, dengan menitikberatkan pada penciptaan kondisi demokrasi yang semakin sehat. Adapun indikator keberhasilan suatu demokrasi itu dilihat dari; akuntabilitas, rotasikekuasaan, rekrutmen politik, pemilihan umum, dan menikmati hak-hak dasar seperti hak untuk menyatakan pendapat, sehingga mampu menunjang akselerasi pembangunan politik yang

nantinya akan pula menunjang keberhasilan pembangunan (Afrilia, 2010: 2).

Menurut Firmanzah (2008: 244), strategi komunikasi politik sangat penting untuk dianalisis. Soalnya, strategi tersebut tidak hanya menentukan kemenangan politik pesaing, tetapi juga akan berpengaruh terhadap perolehan suara partai. Strategi memberikan beberapa manfaat melalui kegiatan taktiknya yang mampu membangun dan menciptakan kekuatan melalui kontinuitas serta konsistensi.

Selain itu, arah strategi yang jelas dan disepakati bersama akan menyebabkan perencanaan taktis yang lebih mudah dan cepat. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah usaha, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendi, 1993: 300).

Strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh partai politik harus menyesuaikan dengan sistem politik yang ada di Indonesia. Oleh karena itu, sistem politik mau tidak mau turut mempengaruhi dan dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukan oleh partai politik. Almond (1990: 34) melihat bahwa komunikasi politik merupakan salah satu masukan yang menentukan bekerjanya semua fungsi dalam sistem politik. Komunikasi politik sebagai bagian dari sistem politik merupakan satu konsepsi yang menyatakan bahwa semua gejala sosial, termasuk gejala komunikasi dan politik, adalah saling berhubungan dan saling mempengaruhi.

a. Identifikasi

1. Bagaimana *perencanaan* awal persiapan pemilu dalam pembentukan tim sukses untuk pemenangan calon legislatif partai demokrat yang diusungnya?
2. Bagaimana pola *pengorganisasian* yang dilakukan tim sukses untuk pemenangan calon legislatif partai demokrat yang diusungnya?

3. Bagaimana *pelaksanaan* sosialisasi yang dilakukan tim sukses untuk pemenangan calon legislatif partai demokrat yang diusungnya?
4. Bagaimana *pengawasan* yang dilakukan terhadap tim sukses untuk pemenangan calon legislatif partai demokrat yang diusungnya?

b. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

a) Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui *perencanaan* awal persiapan pemilu dalam pembentukan tim sukses untuk pemenangan calon legislatif partai demokrat yang diusungnya.
2. Untuk mengetahui pola pengorganisasian yang dilakukan tim sukses untuk pemenangan calon legislatif partai demokrat yang diusungnya.
3. Untuk mengetahui pelaksanaan sosialisasi yang dilakukan tim sukses untuk pemenangan calon legislatif partai demokrat yang diusungnya.
4. Untuk mengetahui pengawasan yang dilakukan terhadap tim sukses untuk pemenangan calon legislatif partai demokrat yang diusungnya.

b) Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

1) Kegunaan Teoritis

1. Memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu dan penelitian komunikasi melalui pendekatan studi kasus.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya, baik penelitian-penelitian yang terkait, maupun penelitian-penelitian yang bertopik serupa.

2) Kegunaan Praktis

1. Menambah wawasan dan pengalaman penulis dibidang kajian komunikasi politik.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai realita yang terjadi pada partai politik mengenai strategi komunikasi tim sukses untuk

pemenangan calon legislatif dalam pemilu legislatif di Kabupaten Kuningan.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian mini ini peneliti menggunakan review penelitian sebagai referensi agar tercapainya tujuan penelitian yang diinginkan oleh peneliti. Berikut adalah referensi yang digunakan oleh peneliti:

Putri Trulline (2013) dengan bidang kajian Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung yang melaksanakan penelitian dengan judul “Strategi Kampanye pasangan Walikota dan Wakil Walikota Bandung Ridwan Kamil dan Oded M Danial pada pemilihan Walikota Bandung 2013”. Tujuan dari penelitian tersebut adalah mengetahui latar belakang strategi kampanye politik, yang digunakan dan kendala-kendala strategi kampanye politik pasangan Walikota dan Wakil Walikota Ridwan Kamil dan Oded M Danial Bandung pada pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Bandung 2013. Teori yang digunakan public information, two way asymmetrical dan two way symmetrical secara simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kuantitatif.

Teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah strategi kampanye politik yang digunakan pasangan RIDO dalam pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Bandung 2013 setidaknya menerapkan model komunikasi PR yaitu *public information*, *two way asymmetrical* dan *two symmetrical* secara simultan. Sedangkan kendala-kendala strategi kampanye RIDO ialah saling sikut antar pasangan calon, *black campaign*, dan non-parpol. Saran untuk penelitian lebih lanjut pemahaman yang lebih komprehensif tentang strategi kampanye politik pasangan RIDO perlu kiranya dilakukan penelitian yang melibatkan penelitian dari berbagai disiplin ilmu, seperti psikologi dan hukum.

B. Landasan Teori

a. Komunikasi Politik

Komunikasi politik (*political communication*) adalah komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik, atau yang berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintah. Dengan pengertian ini, sebagai sebuah ilmu terapan, komunikasi politik bukanlah hal yang baru. Komunikasi politik juga bisa dipahami sebagai komunikasi antara “yang memerintah” dan “yang diperintah”. Berikut ini pendapat beberapa ahli tentang komunikasi politik, yaitu:

1. Gabriel Almond

Komunikasi politik adalah satu fungsi yang selalu ada dalam setiap sistem politik.

2. Miriam Budiardjo

Komunikasi politik merupakan salah satu fungsi partai politik, yakni menyalurkan aneka ragam pendapat dan aspirasi masyarakat dan mengaturnya sedemikian rupa “penggabungan kepentingan” (*interest aggregating*) dan “perumusan kepentingan” (*interest articulation*) untuk diperjuangkan menjadi public policy.

3. Jack Plano

Penyebaran aksi, makna, atau pesan yang bersangkutan dengan fungsi suatu sistem politik, melibatkan unsur-unsur komunikasi seperti komunikator, pesan, dan lainnya.

Menurut Mochtar Pabotinggi (1993): dalam praktek proses komunikasi politik sering mengalami empat disortasi, yaitu:

1. Disortasi bahasa sebagai “topeng”; ada euphemism (penghalusan kata); bahasa yang menampilkan sesuatu lain dari yang dimaksudkan atau berbeda dengan situasi sebenarnya, bisa disebut seperti diungkapkan Ben Anderson (1996), “bahasa topeng”.
2. Disortasi bahasa sebagai “proyek lupa”; lupa sebagai sesuatu yang dimanipulasikan; lupa dapat diciptakan dan direncanakan bukan hanya atas satu orang, melainkan atas puluhan bahkan ratusan juta orang.”
3. Disortasi bahasa sebagai “representasi”; terjadi bila kita melukiskan sesuatu tidak sebagaimana mestinya. Contoh:

gambaran buruk kaum Muslimin dan orang Arab oleh media Barat.

4. Disortasi bahasa sebagai “ideologi”. Ada dua perspektif yang cenderung menyebarkan disortasi ideologi. Pertama, perspektif yang mengidentikan kegiatan politik sebagai hak istimewa sekelompok orang monopoli politik tertentu. Kedua, perspektif yang semata-mata menekankan tujuan tertinggi suatu sistem politik. Mereka yang menganut perspektif ini hanya menitikberatkan pada tujuan tertinggi sebuah sistem politik tanpa mempersoalkan apa yang sesungguhnya dikehendaki rakyat.

Terdapat pola-pola komunikasi politik, seperti: pola komunikasi vertikal (top down, dari pemimpin kepada yang dipimpin), pola komunikasi horizontal (antara individu dengan individu, kelompok dengan kelompok), pola komunikasi formal (komunikasi melalui jalur-jalur organisasi formal), dan pola komunikasi informal (komunikasi melalui pertemuan atau tatap muka, tidak mengikutiprocedur atau jalur-jalur organisasi). Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi politik, yaitu: alam, teknologi, ekonomi, sosiokultural dan politis.

Model komunikasi politik dibagi menjadi lima jenis menurut alirannya berikut ini penjelasannya:

1. Aristoteles

Model Aristoteles model yang paling klasik dalam ilmu komunikasi. Model ini lebih berorientasi pada pidato, terutama pidato untuk mempengaruhi orang lain, sehingga model ini juga bisa disebut sebagai model retorikal/ model retoris, yang kini dikenal sebagai ilmu komunikasi publik. Model komunikasi ini mempunyai 3 bagian dasar komunikasi yaitu, pembicara (speaker), pesan (message), dan pendengar (listener). Proses komunikasi terjadi saat pembicara menyampaikan pesannya kepada khalayak dengan tujuan mengubah perilaku mereka. Menurut Aristoteles, inti dari komunikasi adalah persuasi dan pengaruh dapat dicapai oleh seseorang yang dipercaya oleh publik. Menurut Aristoteles, persuasi dapat dicapai oleh siapa anda

(etos-kepercayaan anda), argumen anda (logos-logika dalam pendapat anda), dan dengan memainkan emosi khalayak (pathos-emosi khalayak). Dengan kata lain, faktor-faktor yang menentukan efek persuasif atau pidato meliputi isi pidato, susunannya, dan cara penyampaiannya. (Deddy, Mulyana. 2002: 135) kelemahan dari model ini yang pertama adalah komunikasi dianggap sebagai fenomendayang statis, terfokus pada komunikasi yang bertujuan atau disengaja terjadi ketika seseorang membujuk orang lain untuk menerima pendapatnya. Kemudian model ini tidak memperhitungkan komunikasi non-verbal dalam memengaruhi orang lain. Walaupun demikian model ini menginspirasi para ilmuwan untuk mengembangkan model komunikasi modern.

b. Harold Lasswell

Lasswell mengemukakan tiga fungsi komunikasi, yaitu: pertama, pengawasan lingkungan. Kedua, korelasi berbagai bagian terpisah dalam masyarakat yang merespon lingkungan. Ketiga, transmisi warisan sosial dari suatu generasi ke generasi berikutnya. Lasswell berpendapat bahwa tiga kelompok spesialis yang bertanggung jawab melaksanakan fungsi-fungsi ini. Misalnya pemimpin politik dan diplomat termasuk kedalam kelompok pengawas lingkungan. Lasswell memandang bahwa suatu proses komunikasi selalu mempunyai efek dan pengaruh. Sehingga, model ini menstimuli riset komunikasi dibidang komunikasi politik. Model ini menunjukkan bahwa pihak komunikator pasti mempunyai keinginan untuk mempengaruhi pihak penerima, oleh karena itu komunikasi dipandang sebagai upaya persuasi. Upaya penyampaian pesan akan menghasilkan akibat baik positif maupun negatif.

c. Gudykunts dan Kim

Model ini sebenarnya merupakan model komunikasi antarbudaya, yakni komunikasi antara orang-orang yang berasal dari budaya berlainan, atau komunikasi dengan orang asing. Meskipun model ini juga tetap berlaku pada setiap orang, karena pada dasarnya tidak ada dua orang yang

mempunyai latar budaya, sosiobudaya, psikobudaya yang persis sama. Asumsi dari model ini adalah dua orang sejajar dalam berkomunikasi masing-masing mereka berperan sebagai pengirim sekaligus sebagai penerima atau keduanya sebagai penyandian (encoding) dan penyandian balik (decoding). Oleh karena itu kita dapat melihat bahwa pesan dari seseorang merupakan umpan balik untuk yang lainnya. Faktor-faktor tersebut adalah filter yang membatasi prediksi yang kita buat mengenai bagaimana orang lain mungkin menanggapi perilaku komunikasi kita, sehingga mempengaruhi cara kita menyandi pesan. Filter ini membatasi rangsangan apa yang kita perhatikan dan bagaimana kita menafsirkan rangsangan tersebut.

b. Strategi

1. Definisi Strategi

Istilah strategi dari bahasa Yunani "strategos" atau dengan kata jamak strategi yang berarti jenderal atau perwira (state officer) dengan fungsi dan tugas yang luas. Istilah tersebut digunakan untuk mewakili 10 (sepuluh) suku di Yunani yang dikenal dengan sebutan Board of Ten Strategy. Dan dalam artinya sempit Maurice Matloff (1967:4) menyebut strategi sebagai The Art of General (seni jenderal).

2. Tipe-tipe Strategi

Ada beberapa tipe strategi menurut Kotler antara lain: Pertama, Corporate Strategy (strategi organisasi) Strategi ini berkaitan dengan perumusan misi, nilai, tujuan, nilai-nilai inisiatif-inisiatif strategi yang baru pembahasan-pembahasan ini diperlukan, yaitu apa yang dilakukan dan untuk siapa. Kedua, Program Strategy (strategi program) Strategi ini memberikan perhatian pada implikasi-implikasi strategi dari suatu program tertentu, apa dampaknya apabila suatu program tertentu diluncurkan, apa dampaknya bagi sasaran organisasi. Ketiga, Resource Support Strategy (strategi pendukung sumber daya) Strategi ini memusatkan perhatian pada maksimalisasi pemanfaatan sumber daya esensial yang tersedia guna meningkatkan kualitas kinerja organisasi. Sumber daya itu dapat berupa tenaga, keuangan dan teknologi. Keempat,

Institutional Strategy (strategi institusi) Fokus dari strategi institusional ialah mengembangkan kemampuan organisasi untuk melaksanakan inisiatif-inisiatif strategis (J.Salus, 1996 : 104-105).

c. Kampanye Politik

1. Definisi Kampanye

Terdapat banyak definisi mengenai kampanye yang dikemukakan oleh para ilmuwan komunikasi, namun berikut ini adalah beberapa definisi yang populer. Snyder (2002) dalam Venus (2004), mendefinisikan bahwa kampanye komunikasi merupakan aktivitas komunikasi yang terorganisasi, secara langsung ditujukan kepada masyarakat tertentu, pada periode waktu yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan tertentu. Pfau dan Parrot (1993) dalam Venus (2004), mendefinisikan kampanye sebagai kegiatan yang dilakukan secara sadar untuk menunjang dan meningkatkan proses pelaksanaan yang terencana pada periode tertentu yang bertujuan mempengaruhi masyarakat sasaran tertentu.

Rogers dan Storey (1987) dalam Venus (2004), mendefinisikan kampanye sebagai serangkaian kegiatan komunikasi yang terorganisasi dengan tujuan untuk menciptakan dampak tertentu terhadap sebagian besar masyarakat sasaran secara berkelanjutan dalam periode waktu tertentu.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, Venus (2004) mengidentifikasi bahwa aktivitas kampanye setidaknya harus mengandung empat hal yakni: Pertama, ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu. Kedua ditujukan kepada jumlah masyarakat sasaran yang besar. Ketiga, dipusatkan dalam kurun waktu tertentu dan. Keempat, dilakukan melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisasi.

Kampanye politik adalah bentuk komunikasi politik yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang atau organisasi politik dalam waktu tertentu untuk memperoleh dukungan politik dari masyarakat (Arifin, 2003). Salah satu jenis kampanye politik adalah kampanye massa, yaitu kampanye politik yang ditujukan

kepada massa (orang banyak), baik melalui hubungan tatap muka maupun dengan menggunakan berbagai media, seperti surat kabar, radio, televisi, film, spanduk, baligo, poster, folder dan selebaran serta medium interaktif melalui komputer (internet). Penyampaian pesan politik melalui media massa merupakan bentuk kampanye yang handal dalam hal menjangkau masyarakat luas. Kampanye politik saat ini sudah mengadopsi prinsip-prinsip pemasaran dan pembentukan citra. Hal tersebut dimungkinkan terjadi karena sistematisa pemilihan kepala kampung adalah langsung. Menurut Ruslan (2005), kampanye politik merupakan jenis kampanye yang pada umumnya dimotivasi oleh hasrat untuk meraih kekuasaan. Tujuan dari kampanye ini adalah untuk memenangkan dukungan masyarakat terhadap kandidat-kandidat yang dicalonkan agar dapat menduduki jabatan politik yang diperebutkan lewat proses pemilihan.

Kegiatan untuk membangun citra atau *image* merupakan bagian penting dalam kampanye politik untuk memperoleh dukungan. Terkait dengan komunikasi dalam kampanye politik, terdapat beberapa aktivitas komunikasi yang dapat diidentifikasi. Menurut Nimmo (2005), kegiatan komunikasi politik adalah kegiatan simbolik dimana kata-kata itu mencakup ungkapan yang dikatakan atau dituliskan, gambar, lukisan, foto, film, gerak tubuh, ekspresi wajah dan segala cara bertindak. Orang-orang yang mengamati simbol-simbol itu, menginterpretasikannya dengan cara-cara yang bermakna sehingga membentuk citra mental tentang simbol-simbol tersebut.

2. Teknik-Teknik Kampanye Politik

Selama masa kampanye, tim kampanye berusaha menggalang dukungan dan simpati pemilih agar pemilih menjatuhkan pilihannya pada calon kepala Kampung yang dikampanyekannya. Tim kampanye politik menggunakan teknik-teknik kampanye politik yang kemudian diwujudkan dalam suatu bentuk kegiatan kampanye politik untuk mempengaruhi pemilih. Imawan (1997; 60) dalam Amir

(2006; 14) merumuskan beberapa teknik kampanye politik, yaitu:

Pertama, Kampanye dari rumah ke rumah (*door to door campaign*), yaitu calon kepala Kampung mendatangi langsung para pemilih sambil menanyakan persoalan-persoalan yang dihadapi. Kampanye ini efektif dilakukan pada pemilihan umum tahun 1955, dengan mendatangi orang-orang yang pilihannya dianggap masih ragu dan dapat dibujuk atau diancam untuk mengubah sikap dan pilihan politik mereka.

Kedua, Diskusi Kelompok (*group discussion*), dilakukan dengan membentuk kelompok-kelompok diskusi kecil yang membicarakan masalah yang dihadapi masyarakat.

Ketiga, Kampanye massa langsung (*direct mass campaign*), dilakukan dalam bentuk aktivitas yang menarik perhatian massa, seperti pawai, pertunjukkan kesenian dan sebagainya. Teknik inilah yang dilarang dalam kampanye Pemilu 1992, karena selain tidak efektif juga berpotensi menimbulkan bentrokan fisik.

Keempat, Kampanye massa tidak langsung (*indirect mass campaign*), yang dilakukan dengan cara berpidato di radio, televisi atau memasang iklan di media cetak dan elektronik.

3. Strategi Kampanye Politik

Strategi dalam pengertian sempit maupun luas terdiri dari tiga unsur, yaitu tujuan (*ends*), sarana (*means*), dan cara (*ways*). Dengan demikian strategi adalah cara yang digunakan dengan menggunakan sarana yang tersedia untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan (Nasution, 2006; 80). Tujuan akhir dalam kampanye pemilihan kepala Kampung adalah untuk membawa calon kepala Kampung yang didukung oleh tim kampanye politiknya menduduki jabatan Kepala Kampung yang diperebutkan melalui mekanisme pemilihan secara langsung oleh masyarakat. Agar tujuan akhir tersebut dapat dicapai, diperlukan strategi yang disebut strategi komunikasi dalam konteks kampanye politik.

Terdapat tiga jenis strategi komunikasi dalam konteks kampanye politik (Arifin, 2003; 102) yaitu: Pertama, Ketokohan dan

kelembagaan, dengan cara memantapkan ketokohan dan merawat kelembagaan. Kedua, Menciptakan kebersamaan dengan memahami masyarakat, menyusun pesan persuasif, menetapkan metode, serta memilah dan memilih media. Ketiga, Membangun konsensus, melalui kemampuan berkompromi dan kesediaan untuk membuka diri.

Sondang P.Siagian (1985:21) mendefinisikan strategi merupakan cara-cara yang diambil yang sifatnya mendasar dan fundamental yang akan dipergunakan oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuan dan berbagai sarannya dengan selalu memperhitungkan kendala lingkungannya yang pasti akan dihadapi.

Kamus bahasa Indonesia “strategi” diartikan sebagai rencana yang amat cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Dalam hal ini, sasaran khususnya adalah ingin mengetahui strategi yang digunakan oleh tim pemenang pasangan calon kepala Kampung dalam rangka perolehan suara terbanyak pada pemilihan Kepala Kampung Banjar Rejo tahun 2012. Sedangkan pengertian strategi juga dikemukakan oleh Tregoe dan Zimmerman (1980:17) yang mengatakan bahwa Strategi adalah suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai sasaran melalui hubungan yang efektif dengan lingkungannya dalam kondisi yang saling menguntungkan.

Berdasarkan pengertian di atas dapat diartikan bahwa strategi adalah cara atau langkah yang mendasar (fundamen) menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi melalui hubungan yang efektif dengan lingkungan dan memperlihatkan kendala atau pilihan yang diarahkan mencapai tujuan organisasi. Dengan demikian dalam teorinya penyusunan sebuah strategi harus menggunakan metode maupun teknik-teknik tertentu sehingga kebijaksanaan yang dihasilkan akan optimal. Untuk itu diperlukan adanya pengetahuan serta keahlian yang memadai dalam rangka tujuan organisasi.

C. Kerangka Teoritis

Dalam penelitian ini, peneliti tidak menggunakan teori seavagai dasar (ground theory). Sehingga peneliti menggunakan model induksi untuk membahas mengenai strategi komunikasi tim sukses dalam pemenangan pemilu legislatif. Hal itu juga diperkuat dalam buku penelitian kualitatif yang ditulis oleh Burhan bungin, yang menyatakan bahwa para ahli mengatakan pemahaman terhadap teori bukan sesuatu yang haram, namun data tetap menjadi fokus peneliti dilapangan. Teori menjadi tidak penting, namun pemahaman objek penelitian secara teoritis juga membantu peneliti di lapangan saat mengumpulkan data. Peneliti lebih memilih menggunakan pendekatan studi kasus dibandingkan teori yang dipakai.

a. Studi Kasus

Studi kasus adalah uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi (komunitas), suatu program, atau situasi sosial. Peneliti studi kasus berupaya menelaah sebanyak mungkin data mengenai subjek yang diteliti. Mereka sering menggunakan berbagai metode: wawancara (riwayat hidup), pengamatan, penelaahan dokumen, (hasil) terinci. Jadi alih-alih menelaah sejumlah kecil variabel dan memilih satu sampel besar yang mewakili populasi, peneliti secara seksama dan dengan berbagai cara mengkaji sejumlah besar variabel mengenai suatu kasus khusus. Dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, suatu kelompok, atau atas kejadian, peneliti bertujuan memberikan pandangan yang lengkap dan mendalam mengenai subjek yang diteliti.

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain/Paradigma Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan tradisi atau pendekatan studi kasus. Menurut Bogdan dan Taylor (1975: 5) dalam buku karya Moleong dengan judul *Metodologi Penelitian Kualitatif* (2001: 3) mendefinisikan “metodologi kualitatif”

sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat di amati.

Penelitian kualitatif hakekatnya ialah mengamati orang dalam lingkungan hidupnya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya. Untuk itu peneliti harus turu ke lapangan dan melakukan sesi wawancara dengan narasumber tentang strategi yang dilakukan tim sukses terhadap pencalonan caleg dalam pemilu legislatif.

Peneliti menggunakan menggunakan tradisi penelitian kualitatif studi kasus. Sebelum membahas lebih jauh, terlebih dahulu kita membahas mengenai definisi studi kasus. Studi kasus adalah uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi (komunitas), suatu program, atau suatu situasi sosial. Peneliti studi kasus berupaya menelaah sebanyak mungkin data mengenai subjek yang diteliti. Mereka sering menggunakan berbagai metode: wawancara (riwayat hidup), pengamatan, penelaahan dokumen, (hasil survei). Jadi alih-alih menelaah sejumlah kecil variabel dan memilih suatu sampel besar yang mewakili populasi, peneliti secara seksama dan dengan berbagai cara mengkaji sejumlah besar mengenai suatu kasus khusus.

Dalam penelitian ini, peneliti merujuk kepada teorisasi induktif tidak mengenal adanya teori sama sekali, artinya teori dan teorisasi bukan hal yang penting untuk dilakukan. Sebaliknya data adalah segala-galanya untuk memulai sebuah penelitian. Sesungguhnya dalam model induktif, tidak dikenal istilah teoriasi, karena seluruh rangkaian kegiatan penelitian adalah teoriasi dan seluruh kegiatan teoriasi adalah penelitian itu sendiri. Jadi tidak ada perbedaan aktifitas dalam riset kualitatif dengan format semacam ini karena seluruh rangkaian kegiatan itu secara inklud dan secara utuh adalah sebuah sintesis terhadap kegiatan pengumpulan data, teoriasi, membangun hipotesis, mengumpulkan data

dan mengujinya, dan seterusnya seperti itu selama proses penelitian dilakukan.

Keunggulan model induktif in bahwa penelitian dilakukan pada tingkat paling mendasar (grounded) sehingga sering kali peneliti memulai dari titik nol sebuah penelitian, yaitu pada titik dimana suatu fenomena itu belum terungkap dalam berbagai teori dan fenomena sosial yang terbaca. Berikut ini keunggulan model induktif:

1. Menerima teori karena mendukung teori.
2. Meragukan teori kemudian mengkritiknya.
3. Membantah teori kemudian menolaknya.
4. Membangun sebuah teori baru yang sebelumnya belum pernah ada.

B. Teknik Pengumpulan Data

Kegiatan pengumpulan data dalam penelitian ini ada beberapa cara yaitu:

1. Wawancara Mendalam

Metode wawancara mendalam (in-depth interview) adalah sama seperti metode wawancara lainnya, hanya peran pewawancara, tujuan wawancara, peran informan, dan cara melakukan wawancara yang berbeda dengan wawancara pada umumnya. Sesuatu yang amat berbeda dengan metode wawancara lainnya adalah bahwa wawancara mendalam dilakukan berkali-kali dan membutuhkan waktu yang lama bersama informan dilokasi penelitian, hal mana kondisi ini tidak pernah terjadi pada wawancara pada umumnya.

2. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi dengan cara mendokumentasikan kegiatan wawancara dengan pengambilan foto dengan narasumber sebagai bukti otentik dan biografi tentang narasumber tersebut.

3. Studi Kepustakaan.

Studi kepustakaan dengan cara membaca literatur-literatur yang berhubungan langsung dengan penelitian sehingga dapat memperkuat pembahasan dalam penelitian ini.

C. Keabsahan dan Keandalan Hasil Penelitian

Dalam pengujian keabsahan, metode penelitian kualitatif menggunakan yang

berbeda dengan penelitian kuantitatif. Dibawah ini tabel yang menjelaskan perbedaan dari kedua penelitian tersebut.

Tabel Perbedaan Kualitatif dan Kuantitatif

Aspek	Kualitatif	Kuantitatif
Nilai Kebenaran	Validitas Internal	Kredibilitas
Penerapan	Validitas Eksternal	Keteralihan
Konsistensi	Reliabilitas	Audibilitas, Dependability
Naturalistis	Objektifitas	Dapat Dikonfirmasi

Jadi uji keabsahan data dalam penelitian Kualitatif meliputi uji credibiliti (validitas interbal), transferability (validitas eksternal), dependability (reliabilitas), dan objektifitas. Berbagai macam cara pengkajian kredibilitas data uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap hasil penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan,

peningkatan ketekunan dalam penelitian, diskusi dengan teman sejawat, antara lain kasus negatif.

D. Lokasi Penelitian

Metode kualitatif menuntut penelitian dilakukan dalam setting yang alamiah. Oleh karena itu, penelitian dilakukan ditempat individu (yang menjadi subjek

Tabel Jadwal Penelitian

Waktu	Kegiatan	Tempat
29, Desember 2016	Survei Lapangan	Dikondisikan
Desember 2016-Februari 2017	Pengumpulan Data Penelitian	Dikondisikan
10, Januari 2017	Wawancara	Dikondisikan
Februari 2017	Penyelesaian Penelitian	Dikondisikan

PEMBAHASAN

Dalam bab ini peneliti membahas tentang keseluruhan hasil temuan yang peneliti temukan termasuk didalamnya ada tahapan wawancara mendalam, studi dokumentasi dan studi kepustakaan yang ditemukan. Peneliti akan membahas hasil penelitian dari sudut pandang peneliti dan sudut pandang responden sendiri. Pembahasan dari sudut pandang peneliti didapatkan dengan menginterpretasikan hasil wawancara dengan narasumber.

Hasil yang didapatkan oleh peneliti dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam yang selama kurang lebih 1 bulan dihitung sejak Januari 2017.

Pada penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan narasumber yaitu "Mantan anggota legislatif yang telah mencalonkan diri

sebagai anggota legislatif dan telah menjabat selama dua periode di Kabupaten Kuningan." Untuk itu peneliti merasa cukup mengambil satu narasumber untuk mengetahui pengalaman dirinya dulu sebelum mencalonkan diri sebagai anggota legislatif dengan fokus penelitian memfokuskan terhadap bagaimana peran komunikasi tim sukses dalam pemenangan dirinya dulu dalam pemilu legislatif di Kabupaten Kuningan.

Selama penelitian hampir tidak ada sama sekali tidak ada kendala yang berarti. Yang membuat tidak ada kendala adalah narasumber sangat menyambut baik terhadap kedatangan peneliti yang tujuannya untuk mencari sebuah informasi.

Ada beberapa tahap yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan data yang diinginkan.

Tahap pertama, peneliti mencari informasi tentang narasumber kepada tokoh masyarakat yang berperan di daerah tersebut yang mengetahui kepada siapa peneliti akan mendapatkan data yang diinginkan.

Tahap kedua, peneliti mendapatkan informasi lokasi tempat narasumber tinggal dengan melakukan survei dengan melakukan konfirmasi terhadap narasumber, bahwa peneliti akan melakukan wawancara guna untuk mendapatkan sebuah data yang diinginkan peneliti.

Tahap ketiga, peneliti melakukan sesi wawancara dengan narasumber. Namun sebelum tahap ini dilakukan, terlebih dahulu disusun sebuah pedoman wawancara yang menjaga agar penggalian data ini tetap fokus pada data-data yang ingin diungkap. Untuk waktu dan tempat wawancara disesuaikan dengan keinginan serta kesediaan waktu narasumber agar tersepakati waktu dan tempat tanpa ada paksaan.

Peneliti mengajukan beragam pertanyaan seputar tema yang diangkat dengan berpedoman pada wawancara yang telah peneliti susun sebelumnya. Hal ini ditujukan agar selama proses wawancara peneliti dapat mengontrol alur tema yang dibicarakan sehingga tidak meyimpang dari tema penelitian.

Subjek penelitian dipilih dengan cara prosedur kuota. Dalam prosedur kuota, peneliti memutuskan saat merancang penelitian, berapa banyak orang dengan karakteristik yang diinginkan untuk dimasukkan sebagai informan. Kriteria yang dipilih memungkinkan peneliti untuk fokus pada orang yang peneliti perkirakan akan paling mungkin memiliki pengalaman, tahu tentang, atau memiliki wawasan ke dalam topik penelitian. Peneliti pergi ke masyarakat lalu menggunakan strategi rekrutmen yang tepat untuk lokasi, budaya, dan populasi penelitian dan menemukan orang yang sesuai dengan kriteria ini, sampai peneliti memenuhi kuota yang ditentukan.

a. Hasil Wawancara

Ada enam pertanyaan yang diajukan peneliti kepada narasumber tersebut, berikut ini petikan wawancara:

- 1) Kriteria orang yang diharapkan untuk memenuhi kriteria yang akan direkrut sebagai tim sukses adalah:

Untuk ketentuan tim sukses tidak ada ketentuan karena bersifat pribadi dan untuk pemilihan calon anggota DPRD berbeda tidak sama dengan pemilihan kepala daerah atau presiden, untuk DPRD sekupnya atau dapil nya kecil dan untuk di Kabupaten Kuningan sendiri hanya dibagi menjadi lima dapil, jadi disini dari setiap calon tidak diminta secara resmi oleh KPU untuk tim sukses, dan membentuk tim sukses pun sendiri-sendiri, dan kriterianya tergantung minimal orang tersebut menguasai wilayah, dan dia banyak dikenal dan banyak mengenal lingkungan dan masyarakatnya. Yang kriteria inti yang diinginkan minimal orang tersebut dikenal masyarakat dan mengenal lingkungan dan wilayah dapil yang minimal mengenal dan tergantung kebutuhan dan kita tidak pernah membentuk yang resmi-resmi dan tidak ada pembentukan secara khusus, kriteria, atau syarat tertentu.

- 2) Tugas yang diberikan kepada para tim sukses untuk mengusung pasangan caleg dalam proses pemilu legislatif adalah:

Tugas tim sukses minimal memperkenalkan si calon di masyarakat diwilayahnya, kemudian mencari dukungan sebanyak-banyaknya didapilnya atau diwilayahnya dan intinya mencari suara dan memperkenalkan si calon.
- 3) Target yang harus dicapai tim sukses agar bisa mendapatkan simpatik masyarakat dalam usaha menarik dukungan terhadap caleg yang diusungnya adalah:

Tim sukses harus baik berbicara sopan santun dan tidak mengada-ngada yang dikhawatirkan berbicara muluk. Karena yaitu tadi DPRD tidak memiliki kebijakan mengelola anggaran. Yang terpenting adalah si tim ini betul-betul dikenal dan mengenal masyarakatnya sehingga untuk mengarahkan dukungan kepada calon itu sangat mudah.

- 4) Pelaksanaan sosialisasi yang dilakukan tim sukses agar mendapatkan perhatian masyarakat dalam usaha menarik dukungan terhadap caleg yang diusungnya adalah:

Sosialisasi kepada masyarakat dilakukan dengan pendekatan secara berkelompok dengan mengadakan rapat-rapat pertemuan pada desa atau kecamatan dan setiap orang/calon berbeda pendekatannya, jadi pendekatan yang efektif adalah mengundang dan mengadakan pertemuan dibawa calonnya dan memperkenalkan si calonnya, dan memperkenalkan diri.
- 5) Pengawasan yang dilakukan terhadap tim sukses agar dalam pelaksanaan tugasnya sesuai dengan apa yang diharapkan dan sesuai juga dengan kaidah/peraturan yang berlaku dalam pemilu adalah:

Memonitor dan meminta laporannya apa pergerakannya sudah sejauh mana dan kendalanya apa masyarakat disekitar ada. Di masyarakat itu masyarakat bukan masyarakat majemuk, bukan masyarakat heterogen dan kira-kira masyarakat itu harapan kedepannya itu bagaimana dan untuk tim sukses untuk tidak over acting dilapangan.
- 6) Tujuan utama sebuah pengawasan terhadap peran dan tugas tim sukses

dalam usaha memenangkan caleg di pemilu legislatif adalah:

Mengendalikan tim baik dalam tindakan ucapan dan perilaku dan jangan sampai bertentangan dengan kaidah dengan aturan, dan harus dikontrol.

b. Strategi

Ada beberapa tipe strategi menurut Koteen antara lain:

Pertama, Corporate Strategy (strategi organisasi) Strategi ini berkaitan dengan perumusan misi, nilai, tujuan, nilai-nilai inisiatif-inisiatif strategi yang baru pembahasan-pembahasan ini diperlukan, yaitu apa yang dilakukan dan untuk siapa.

Kedua, Program Strategy (strategi program) Strategi ini memberikan perhatian pada implikasi-implikasi strategi dari suatu program tertentu, apa dampaknya apabila suatu program tertentu dilancarkan, apa dampaknya bagi sasaran organisasi.

Ketiga, Resource Support Strategy (strategi pendukung sumber daya) Strategi ini memusatkan perhatian pada maksimalisasi pemanfaatan sumber daya esensial yang tersedia guna meningkatkan kualitas kinerja organisasi. Sumber daya itu dapat berupa tenaga, keuangan dan teknologi.

Keempat, Institutional Strategy (strategi institusi) Fokus dari strategi institusional ialah mengembangkan kemampuan organisasi untuk melaksanakan inisiatif-inisiatif strategis (J.Salusu, 1996 : 104-105).

Dalam hal ini yang menjadi fokus peneliti adalah strategi yang dilakukan para tim sukses dalam mengusung calon legislatif untuk maju ke pemilu legislatif.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil laporan dan pembahasan serta analisis peneliti selama 1 bulan lamanya terhitung sejak Januari 2017, peneliti dapat mengambil beberapa kesimpulan berikut ini:

Dalam setiap pencalonan anggota legislatif salah satunya adalah pencalonan

anggota DPRD dalam suatu tim sukses peneliti mengambil kesimpulan bahwa setiap pemilihan contohnya DPRD sendiri tidak selamanya tim sukses selalu berperan dalam setiap pencalonan anggota legislatif, selama dari KPU sendiri membebaskan atau tidak diminta secara resmi oleh KPU sendiri akan wajib adanya tim sukses dalam setiap pemilihan calon anggota legislatif itu sendiri.

Tetapi dalam pelaksanaannya, terkadang peran tim sukses sangat dibutuhkan akan strategi pemenangan terhadap calon yang diusung terhadap pemenangan calon yang diusung dan dipengaruhi oleh tingkatan wilayah tertentu, dan apabila wilayahnya mencakup terhadap pemilihan di daerah maka peran tim sukses untuk mensukseskan calonnya menang dalam pemilu legislatif sangatlah penting, karena cakupan wilayahnya yang sangat luas dan tidak mungkin terjangkau seluruhnya apabila peran ini yang berperan adalah si calonnya sendiri, tapi apabila daerah pemilihan mencakup hanya tingkat kabupaten terkadang peran tim sukses di sini tidak terlalu berperan dan tanpa tim sukses dan hanya mengandalkan kelompok kecil untuk membantu si calon untuk maju ke bangku anggota legislatif pun masih bisa dilaksanakan, walaupun terkadang mungkin ada yang lain walaupun daerah cakupan hanya di kabupaten tim sukses juga ikut serta dalam membantu pemenangannya untuk memenangkan pemilu legislatif.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka ada beberapa saran yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. Dalam pelaksanaan pembentukan seharusnya ada kriteria, dan syarat khusus dalam pemilihan tim sukses agar tim sukses dalam menjalankan tugasnya dia mempunyai strategi mengupayakan bagaimana dia bisa memenangkan si calon yang diusungnya dan bukan mengandalkan orang yang mempunyai pengaruh dimasyarakat aja, dan tidak mempunyai planing atau rencana dalam melaksanakan tugasnya, untuk itulah

kriteria dan syarat diperlukan agar si calon mengetahui apakah dia mampu dan pantas untuk bekerja sama dalam mengusung dirinya memenangkan pemilu legislatif.

2. Mari kita sukseskan pemilu dengan damai, dan tanpa ada kecurangan berupa money politic yang dapat mengotori jalannya pemilu yang akan menyebabkan kegaduhan dalam pelaksanaannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia. 2010. *Memajukan Demokrasi dalam Pembangunan Politik Indonesia*. Tersedia: http://uvacreamy.blogspot.com/2010/11/memajukan-demokrasi-dalam-pembangunan_04.html.
- Akhirul Aminulloh. *Strategi Komunikasi Politik Partai Pada Pemilu Legislatif 2009*. Tersedia: http://repository.upnyk.ac.id/750/1/SRATEGI_KOMUNIKASI_POLITIK_PARTAI_PADA_PEMILU_LEGISLATIF_2009.pdf
- Amal, Ichlasul. 1996. *Teori-teori Mutakhir Partai Politik*, Yogyakarta: PT Tiara Wacana Yogya.
- Budiarjo, Miriam. 2002. *Dasar-dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT DIAN RAKYAT.
- Bungin, Burhan. 2007. *Sosiologi Komunikasi; Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana
- Mulyana, Deddy. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Roskarya.
- Tinjauan Tentang Strategi, Kampanye Politik. Tersedia: <http://digilib.unila.ac.id/2202/12/BA%20II.pdf>
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif; Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Praneda Media Group.