

STRATEGI KAMPANYE CALON LEGISLATIF PARTAI KEBANGKITAN BANGSA (PKB) DAPIL SATU KABUPATEN MINAHASA UTARA TAHUN 2014

Oleh:

Fahri Uber
PH. Regar
G.J. Waleleng

e-mail: fahryuber80@gmail.com

Abstrak

Sepanjang sejarah, Indonesia telah menyelenggarakan 11 kali pemilihan umum (Pemilu), yaitu pada tahun 1955, 1971, 1977, 1982, 1987, 1992, 1997, 1999, 2004, 2009 dan 2014. Menjelang pemilu 2014, dinamika politik di Indonesia semakin hari semakin tinggi, mengingat jadwal pemilihan umum 2014 tinggal sesaat lagi. Tidak hanya calon Presiden dan Wakil Presiden yang turut meramaikan pesta politik tersebut, tetapi juga para calon legislative (Caleg). Sebagai partai senior PKB terdiri dari berbagai golongan dan diharapkan bersinergi dalam membesarkan PKB. Caleg PKB juga senantiasa menggunakan citra dirinya dalam dunia politik sendiri melalui Visi dan Misi agar masyarakat mau dan turut memberikan dukungan suara terhadap PKB. Dengan menggunakan strategi pendekatan yaitu, menggunakan media luar ruang dapat mempermudah strategi pengenalan diri caleg PKB agar lebih dikenal masyarakat dan caleg PKB juga mengkomunikasikan diri mereka melalui orang-orang atau kelompok yang berpengaruh sehingga PKB dapat memperoleh dukungan yang maksimal dan dapat mencapai tujuan partai yaitu menambah satu kuota kursi di DPRD Kabupaten Minahasa Utara karena selama dua periode PKB menduduki kursi DPRD, PKB hanya menduduki satu kursi saja. Karena perolehan suara yang di peroleh PKB dalam pemilu tahun 2014 belum mampu menambah satu kursi di DPRD Minahasa utara untuk dapil satu. Dengan menggunakan analisis SWOT yaitu kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunities) bahkan ancaman (threats) dalam menjalankan strategi kampanye pemenangan politiknya. Hal tersebut membuat penulis tertarik untuk meneliti "strategi kampanye calon legislatif partai kebangkitan bangsa (PKB) dapil satu kabupaten minahasa utara tahun 2014".

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan subyek penelitiannya adalah timsukses kampanye, tokoh masyarakat, dan tokoh pemuda, sedangkan obyek penelitiannya adalah rancangan strategi kampanye calon legislatif partai kebangkitan bangsa (PKB). Informan penelitian dipilih secara purposive.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kampanye calon legislatif partai kebangkitan bangsa (PKB) dapil satu kabupaten minahasa utara tahun 2014 belum bisa mencapai target partai, yaitu menambah satu kuota kursi di kabupaten minahasa utara untuk PKB.

Kata kunci: Strategi, kampanye

PENDAHULUAN

Sepanjang sejarah, Indonesia telah menyelenggarakan 11 kali pemilihan umum (Pemilu), yaitu pada tahun 1955, 1971, 1977, 1982, 1987, 1992, 1997, 1999, 2004, 2009 dan 2014 yang saat ini masih berlangsung. Pemilu ini menghasilkan anggota DPR sebanyak 272 orang, 17 fraksi yang mewakili 28 partai peserta pemilu, organisasi, dan perkumpulan pemilih. Untuk pertama kalinya, sistem sistem proporsional terbuka diterapkan pada Pileg 2009. Melalui sistem ini, pemilih tak lagi memilih partai politik, melainkan caleg. Penetapan calon terpilih pada suatu daerah pemilihan dilakukan berdasarkan perolehan suara terbanyak, bukan nomor urut. Menjelang pemilu 2014, dinamika politik di Indonesia semakin hari semakin tinggi, mengingat jadwal pemilihan umum 2014 tinggal sesaat lagi. diantaranya menggerakkan seluruh tim sukses untuk mempersiapkan para calon legislative ini, serta merancang strategi kampanye. syarat kontestan politik Adalah anggota partai politik yang namanya telah ditetapkan secara resmi oleh penyelenggara pemilu sebagai calon anggota legislatif untuk mengikuti pemilu legislatif di daerah pemilihan masing-masing. Selain itu,

persyaratan calon anggota DPR, DPRD provinsi, dan DPRD kabupaten/kota berasal dari partai politik juga dapat dilihat dari persyaratan bakal calon anggota DPR, DPRD provinsi, dan DPRD kabupaten/kota yang diatur dalam Pasal 51 ayat (1) UU Pemilu Legislatif poin (n), yaitu harus Warga Negara Indonesia yang menjadi anggota Partai Politik Peserta Pemilu Menurut pasal Pasal 11 jo. Pasal 12 UU Pemilu Legislatif, Peserta Pemilu untuk memilih anggota DPD adalah perseorangan. Perseorangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 dapat menjadi Peserta Pemilu setelah memenuhi persyaratan. mencalonkan hanya di 1 (satu) lembaga perwakilan mencalonkan hanya di 1 (satu) daerah pemilihan Karena sudah di tetapkan oleh pasal 22E UUD 1945 Yang mengatur tentang Pemilihan Umum Dan sudah ditetapkan oleh UU no.10 tahun 2008 tentang persyaratan untuk bisa mengajukan diri sebagai calon legislatif / caleg. Komunikasi politik merupakan salah satu mempromosikan diri kepada masyarakat melalui kampanye. Dalam hal ini kampanye berperan penting untuk memperoleh dukungan suara dari masyarakat. Partai politik juga menyiapkan caleg sebagai model politik yang bisa memperoleh dukungan suara dari masyarakat. Sebagai partai senior PKB terdiri dari berbagai golongan dan diharapkan bersinergi dalam membesarkan PKB. Pada tahun 2014 PKB mempersiapkan calon legislatifnya untuk bertanding di pemilu kali ini sebanyak delapan caleg, pemilu kali ini merupakan langkah PKB untuk membesarkan partai dengan menggunakan strategi komunikasi langsung dengan masyarakat, dengan harapan caleg PKB mampu memperoleh dukungan lebih banyak lagi dari masyarakat di Dapil satu Minahasa Utara. Caleg PKB juga senantiasa menggunakan citra dirinya dalam dunia politik sendiri melalui Visi dan Misi agar masyarakat mau dan turut memberikan dukungan suara terhadap PKB. Dengan menggunakan strategi pendekatan yaitu, menggunakan media luar ruang dapat mempermudah strategi pengenalan diri caleg PKB agar lebih dikenal masyarakat dan caleg PKB juga mengkomunikasikan diri mereka melalui orang-orang atau kelompok yang berpengaruh sehingga PKB dapat memperoleh dukungan yang maksimal dan dapat mencapai tujuan partai yaitu menambah satu kuota kursi di DPRD Kabupaten Minahasa Utara karena selama dua periode PKB menduduki kursi DPRD, PKB hanya menduduki satu kursi saja. Karena perolehan suara yang di peroleh PKB dalam pemilu tahun 2014 belum mampu menambah satu kursi di DPRD Minahasa utara untuk dapil satu. Oleh karena itu pentingnya sebuah strategi kampanye dan komunikasi yang baik. untuk memperoleh dukungan suara lebih banyak lagi dari masyarakat, agar tujuan PKB (Partai Kebangkitan Bangsa) untuk menambah satu kursi di DPRD Kabupaten Minahasa Utara dapat tercapai. Dari latar belakang masalah di atas peneliti tertarik untuk mengkaji bagaimana "strategi kampanye calon Legislatif PKB (Partai Kebangkitan Bangsa) dapil satu Kabupaten Minahasa Utara pada tahun 2014".

Berdasarkan uraian tersebut maka masalah penelitian ini adalah "Bagaimana strategi kampanye calon legislatif PKB (Partai Kebangkitan Bangsa) dapil satu Minahasa Utara Tahun 2014" berdasarkan analisis SWOT.

TINJAWAN PUSTAKA

Pengertian Strategi

Menurut Mintzberg (2007), konsep strategi itu sekurang-kurangnya mencakup lima arti yang saling terkait, dimana strategi adalah suatu:

- Perencanaan untuk semakin memperjelas arah yang ditempuh organisasi secara rasional dalam mewujudkan tujuan-tujuan jangka panjangnya.
- Acuan yang berkenaan dengan penilaian konsistensi ataupun inkonsistensi perilaku serta tindakan yang dilakukan oleh organisasi.
- Sudut yang diposisikan oleh organisasi saat memunculkan aktivitasnya.

- Suatu perspektif yang menyangkut visi yang terintegrasi antara organisasi dengan lingkungannya yang menjadi batas bagi aktivitasnya.
- Rincian langkah taktis organisasi yang berisi informasi untuk mengelabui para pesaing.

Pengertian Komunikasi Politik

Komunikasi politik merupakan jalan mengalirnya informasi melalui masyarakat dan melalui berbagai struktur yang ada dalam sistem politik (Mas'ood dan Andrew, 1990:130). Tujuan komunikasi politik sangat terkait dengan pesan politik yang disampaikan komunikator politik, yaitu penyampaian pesan politik dan pembentukan citra politik.

Pengertian Kampanye

Kampanye adalah tindakan mempengaruhi dengan cara apapun untuk membuat komunikasi berpihak kepada komunikator. Setiap aktivitas kampanye komunikasi setidaknya harus mengandung 4 hal yakni:

- Tindakan kampanye yang ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu
- Jumlah khalayak sasaran yang besar
- Biasanya dipusatkan dalam kurun waktu
- Melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisir.

Pengertian Calon Legislatif

Calon Legislatif adalah orang-orang yang berdasarkan per-timbangan, aspirasi, kemampuan atau adanya dukungan masyarakat, dan dinyatakan telah memenuhi syarat oleh peraturan diajukan partai untuk menjadi anggota legislatif (DPR) dengan mengikuti pemilihan umum yang sebelumnya ditetapkan KPU sebagai caleg tetap. (dikutip dalam [http:// www.pemiluindonesiacom](http://www.pemiluindonesiacom). Tanggal 20 Februari pukul 10.55 wib).

Komunikasi Kelompok

Michael Burgoon (dalam Wiryanto, 2005) mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengikat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat.

Teori pertukaran sosial dalam komunikasi kelompok

Menurut Thibaut dan Kelley (dalam Goldber & Larson, 1985:54), usaha memahami tingkah laku yang kompleks dari kelompok-kelompok besar mungkin dapat diperoleh dengan cara menggali hubungan diadis (2 orang).

Pengertian Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi adalah bentuk khusus dari komunikasi manusia yang mendeskripsikan bagaimana kita berinteraksi secara terus menerus dan saling mempengaruhi satu sama lain. (Suminar, 2013:1).

Media Luar Ruang

Menurut Santosa (2009:168) Media Luar ruangan adalah media yang berukuran besar dipasang ditempat-tempat terbuka seperti dipinggir jalan, dipusat 15 keramaian atau tempat-tempat khusus lainnya, seperti di dalam bus kota, gedung, pagar tembok dan sebagainya. Dalam kegiatan politik, para caleg juga berlomba memasang iklan-iklan melalui

media luar ruang, diantaranya adalah baliho sebagai media untuk menarik dukungan dari calon pemilih. (Suryadi, 2009:111).

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu teori penyusunan strategi organisasi yang bersifat satu unit bisnis tunggal. SWOT itu sendiri merupakan singkatan dari:

- *Strenght* (S),
- *Weakness* (W),
- *Opportunities* (O), dan
- *Threats* (T)

Yang artinya kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman atau kendala, dimana yang secara sistematis dapat membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor luar (*Opportunities* dan *Threats*) dan faktor didalam organisasi (*Strenght* dan *Weakness*). Analisis SWOT memungkinkan organisasi memformulasikan dan mengimplementasikan strategi utama sebagai tahap lanjut pelaksanaan dan tujuan organisasi. Dalam analisis SWOT, informasi dikumpulkan dan dianalisis. Hasil analisis dapat menyebabkan dilakukan perubahan pada misi, tujuan kebijakan atau strategi yang sedang berjalan. Dalam penyusunan suatu rencana yang baik, perlu diketahui daya dan dana yang dimiliki pada saat yang akan memulai usaha, mengetahui segala kelemahan yang ada. Data yang terkumpul mengenai faktor-faktor internal tersebut merupakan potensi di dalam melaksanakan usaha yang direncanakan. Di lain pihak perlu diperhatikan faktor-faktor eksternal yang dihadapi yaitu peluang-peluang atau kesempatan yang ada atau yang diperhatikan akan timbul dan ancaman atau hambatan yang diperkirakan akan muncul dan memengaruhi usaha yang dilakukan. Didapati bahwa analisis SWOT adalah perkembangan hubungan atau interaksi antarunsur-unsur internal, yaitu kekuatan dan kelemahan terhadap unsur-unsur eksternal yaitu peluang dan ancaman.

METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif menurut Moleong (2007:6) adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Menurut Boglan dan Taylor yang dikutip oleh Moleong (2007 ; 4) metode kualitatif didefinisikan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang perlu diamati dan diarahkan kepada latar dan individu dan secara utuh.

Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini memfokuskan pada "strategi kampanye calon legislatif Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) dapil satu Kabupaten Minahasa Utara tahun 2014" dengan menyusun berdasarkan Analisis SWOT yaitu:

Bagaimana calon legislatif Partai kebangkitan Bangsa (PKB) mensyusun strategi kampanye berdasarkan kekuatan atau strength (S), kelemahan atau Weakness (W), peluang atau Opportunities (O), dan ancaman atau threats (T)?

Informan Penelitian

Yang menjadi informan kunci adalah Tim sukses Calon Legislatif berjumlah 3 orang, yaitu: IP, SU, dan MB, Tokoh Masyarakat berjumlah 3 orang, yaitu : AA, SK, dan KH, dan Tokoh Pemuda berjumlah 3 orang yaitu : FP, JP, dan RT.

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Strategi kampanye calon legislatif Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) berdasarkan Kekuatan?

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan penelitian strategi kampanye yang disusun berdasarkan kekuatan atau strength (S) adalah dengan menggandeng tokoh-tokoh berpengaruh dimasyarakat seperti tokoh masyarakat, tokoh agama, tokoh pemuda, serta ketua ormas yang ada di dapil satu. Calon legislatif PKB juga menggunakan kekuatan finansial untuk menunjang segala kegiatan kampanyenya dan memberikan bantuan langsung baik kepada masyarakat maupun tempat-tempat ibadah seperti gereja, masjid, dan tempat pengkajian agama yang ada di dapil satu. Dengan memanfaatkan jejaringan social seperti facebook sebagai alat untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat secara luas, selain itu kampanye turun langsung kedesa-desa yang ada di dapil satu merupakan langkah caleg untuk bisa menyerap langsung aspirasi masyarakat. caleg PKB juga senantiasa menggunakan citra politik dirinya sebagai kekuatan dari kampanye yang dilakukan.

Strategi kampanye calon legislatif partai kebangkitan bangsa (PKB) berdasarkan kelemahan?

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan penelitian strategi kampanye yang disusun berdasarkan kelemahan atau Weakness (W) adalah dari 52 yang ada di dapil satu perolehan suara paling banyak untuk caleg PKB hanya di desa-desa mayoritas penduduknya muslim, sedangkan di desa yang penduduknya mayoritas non-muslim hanya sedikit. Dapil satu merupakan basis dari partai lain dimana partai tersebut menjaring calegnya di desa- yang ada di dapil satu. Dari delapan caleg yang di ikut sertakan dalam pemilu hanya satu caleg PKB yang sudah berpengalaman di dunia politik kabupaten minasa utara. dalam hal ini partai politik yang menjadi pendorong bagi caleg yaitu PKB merupakan partai yang agamais, sehingga strategi yang di rancang caleg PKB adalah dengan turun langsung ke masyarakat melalukan pendekatan yang nantinya bisa membantu perolehan suara pada saat pemilu diselenggarakan.

Strategi kampanye calon legislatif partai kebangkitan bangsa (PKB) berdasarkan peluang atau Opportunities (O)?

Untuk bagian perancangan strategi kampanye calon legislaif PKB berdasarkan peluang berdasarkan dari hasil wawancara yang didapat terlihat bahwa menjadikan target utama di desa desa yang penduduknya mayoritas muslim, dan di desa yang tidak mempunyai calon legislatif yang berasal dari desa tersebut. Dengan melakukan pendekatan melalui turun langsung ke masyarakat yang ada di dapil satu. Selain itu caleg PKB juga membuat daftar dukungan yang di namakan tim 10 dan tim 60 dimana tim ini menjaring masyarakat untuk memberikan dukungan kepada caleg PKB. Membentuk satu organisasi kemasyarakatan yang bernama rukun bangkit amanah di setiap desa yang ada di dapil satu dan selalu mengajak masyarakat dan pemuda setempat untuk selalu ikut serta dalam setiap organisasi yang di bentuk oleh PKB.

Strategi kampanye calon legislatif partai kebangkitan bangsa (PKB) berdasarkan ancaman atau threats (T)?

Dan terakhir strategi kampanye calon legislatif partai kebangkitan bangsa (PKB) berdasarkan ancaman atau Threats (T) adalah pada masa kampanye terdapat penggunaan politik uang yang dilakukan oleh caleg dari partai lain yang bertujuan mengikat masyarakat dan memberikan dukungan suara kepada caleg tersebut. Pada masa tenang terjadi kecurangan yang seolah-olah mengajak, membujuk dan terkesan menjelek-jelekan sosok dari caleg PKB. Untuk mengantisipasi hal seperti ini caleg PKB selalu menghimbau kepada tim 10 dan tim 60 serta masyarakat untuk selalu waspada akan hal seperti ini, dan selalu mengamankan basis TPS untuk caleg PKB.

PENUTUP

Kesimpulan

- Strength (S) atau kekuatan: Yaitu menggunakan kekuatan dari masing-masing calon legislatif dengan menggandeng tokoh-tokoh yang berpengaruh di masyarakat, serta memanfaatkan jaringan finansial untuk memperoleh dukungan lebih banyak lagi dari masyarakat, dan turun langsung pada masyarakat yang ada di dapil satu.
- Weakness (W) atau kelemahan: Dalam masa kampanye terdapat beberapa kendala yaitu pada partai politik yang berbasis agama islam, dapil satu merupakan basis dari partai politik lain, di beberapa desa yang ada di dapil satu mempunyai 4 sampai 5 calon legislatif.
- Opportunities (O) atau peluang : Membentuk tim atau kelompok-kelompok yang nantinya memberikan dukungan suara kepada calon legislatif PKB, merangkul masyarakat dengan memperjuangkan aspirasi masyarakat, keikutsertaan calon legislative PKB dalam kegiatan kepemudaan, memberikan bantuan belajar kepada para pemuda yang melanjutkan sekolah keperguruan tinggi.
- Threats (T) atau ancaman: Serta terdapat gangguan saat masa kampanye berlangsung yaitu kampanye hitam yang berkesan menjelek-jelekan calon legislatif PKB dan politik uang. Persaingan politik yang ketat dengan calon legislative dari partai lain.

Saran

Dari beberapa kesimpulan yang telah dipaparkan di atas maka penulis menyarankan beberapa hal yang perlu di perhatikan dalam menyusun strategi kampanye calon legislatif:

- Perencanaan strategi kampanye calon legislatif hendaknya disusun dengan memperhatikan lingkungan internal seperti menjadikan sosok calon legislative dan partai sebagai kekuatan.
- Tentunya calon legislatif memperhatikan kekurangan atau factor partai dan mencari solusi sehingga perolehan suara menjadi maksimal.
- Dengan memanfaatkan factor eksternal atau peluang dari masyarakat agar calon legislatif PKB bisa mencapai tujuan partai.
- Bagian paling terakhir dalam perencanaan strategi kampanye, calon legislatif PKB harus bisa mengatasi ancaman yang timbul dari masyarakat dan meminimalisir ancaman tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar, 1984. "*Strategi Komunikasi*", Bandung: CV. Armico.
- Berger, Peter. L dan Luckmann. Thomas (1990). *Tafsir Sosial Atas Kenyataan*. Risalah tentang sosiologi pengantar. Jakarta: LP3ES
- David, Fred R., 2006. *Manajemen Strategis*. Edisi Sepuluh, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Firmansyah, 2008. *Mengelola Partai Politik*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Goldberg, Alvin dan CARL.e.Larson, Terjemahan Koesdarini. Soemiati dan Gary R.Yusuf. 1985. *Komunikasi Kelompok, Proses-proses Diskusi dan penerapan*. Jakarta: Ui Press.
- Mas'ood, Mochtar dan Collin Mac Andrew. 1990. *Pembandingan sistem Politik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Metodologi, Lexy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Mintzberg, H. 2007. *Mintzberg On Management (2th Ed)*. NEW York: Free Press
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi: Suara Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Santosa, Sigit 2009, *Creative Advertising*, Jakarta: PT Gramedia.
- Schenk, Mickael & Thomas Dobler. 2002. *Towards A Theori Of Campaigns : The role of opinion leaders. Dalam Klingemann & Kommele*. Public Information Campaigns & opinion Research. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Sugiono, 2008. *Metode Penelitian Kualitatif Kualitatif dan K&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono, 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suryadi. 2009. Tesis. *Anlisis pengantar persepsi*.
- Venus, Antar M.A. 2007. *Dat Menejemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.