

**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PASANGAN
CALON GUBERNUR DJAROT DAN SIHAR SITORUS PADA
PILKADA SUMUT TAHUN 2018**

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

LUTFI RINALDI LUBIS
1403110100

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Jurnalistik



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2018**

BERITA ACARA PENGESAHAN*Bismillahirrohmanirrohim*

Skripsi ini telah dipertahankan didepan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera
Utara oleh:

Nama : **LUTFI RINALDI LUBIS**
NPM : 1403110100
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Padahari, tanggal : Rabu, 17 Oktober 2018
Waktu : Pukul 08.00 WIB s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : **RIBUT PRIADI, S.Sos, M.LKom** (.....)
PENGUJI II : **Dr.ANANG ANAS AZHAR, M.A** (.....)
PENGUJI III : **PUJI SANTOSO, S.S, M.SP** (.....)

PANTIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,


Dr. ARIFIN SALEH, M.SP
Drs. ZULFAHMI, M.LKom

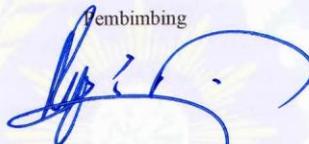
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI*Bismillahirrohmanirrohim*

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah selesai memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh:

Nama : **LUTFI RINALDI LUBIS**
NPM : 1403110100
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PASANGAN
CALON GUBERNUR DJAROT DAN SIHAR
SITORUS PADA PILKADA SUMUT TAHUN 2018**

Medan, Oktober 2018

Pembimbing



PUJI SANTOSO, S.S, M.SP

Disetujui Oleh
KETUA PROGRAM STUDI



NURHASANAH NASUTION, M.I.Kom

Dekan,



Dr. ARIFIN SALEH, M.SP

PERNYATAAN

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ini saya, **LUTFI RINALDI LUBIS**, NPM 1403110100, menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa melakukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat, atau menjiplak, atau mengambil karya orang lain adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain atau karya plagiat maupun karya jiplakan dari orang lain.
3. Bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai ujian saya dibatalkan
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 04 Oktober 2018


 Yang Menyatakan

LUTFI RINALDI LUBIS

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PASANGAN CALON GUBERNUR DJAROT DAN SIHAR SITORUS PADA PILKADA SUMUT TAHUN 2018

Oleh:

LUTFI RINALDI LUBIS

1403110100

ABSTRAK

Untuk menarik perhatian masyarakat Sumatera Utara agar memilih pasangan calon Gubernur ketika Pilkada nanti, perlu adanya strategi-strategi komunikasi politik yang baik agar visi dan misi dari masing-masing Cagub dapat tercapai. Strategi komunikasi politik berbeda dengan taktik, strategi komunikasi politik menjelaskan tahapan kongkrit dalam rangkaian aktivitas komunikasi yang berbasis pada satuan teknik bagi pengimplementasian tujuan komunikasi yang bersifat politik. Salah satu Calon Gubernur pada Pilkada Sumatera Utara yang menarik perhatian penulis adalah pasangan Cagubsu Djarot-Sihar Sitorus. Dikarenakan Kans Djarot pada Pilgubsu ini sebenarnya cukup berat. Tantangan terbesarnya adalah namanya relatif belum dikenal luas di Sumut. Berbeda dengan Jakarta di mana masyarakat sudah melek informasi. Selain itu benar bahwa ada banyak orang Jawa di Sumut, tapi tidak ada hubungan psikologis yang sangat kuat antara komunitas Jawa Sumut dan Djarot. Adapun tujuan penelitian penulis adalah untuk mengetahui apa-apa saja strategi komunikasi politik pasangan Calon Gubernur Djarot dan Sihar Sitorus Pada Pilkada Sumut Tahun 2018. Teori yang dipakai pada penelitian ini yakni Komunikasi, Strategi, Strategi Komunikasi, Strategi Komunikasi Politik, Komunikasi Politik dan Pilkada. Jenis penelitian yang dipakai penulis untuk riset penelitian skripsinya adalah jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif dinamakan sebagai metode baru, karena popularitasnya nibelum lama, dinamakan metode postpositivistik karena berlandaskan pada filsafat postpositivisme. Jenis peneliian ini juga disebut sebagai metode artistic, karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang terpola) dan disebut juga sebagai penelitian interpretive, karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interprestasi terhadap data yang ditemukan di lapangan. Hasil penelitian ini adalah Strategi komunikasi yang dilakukan tim posko pemenangan pasangan calon Gubernur Sumatera Utara Djarot-Sihar Sitorus adalah melakukan silaturahmi dengan masyarakat, Blusukan ke pasar-pasar tradisional dan daerah-daerah kecil/pinggiran Sumatera Utara, mengunjungi tokoh-tokoh masyarakat dari berbagai kalangan etnis, suku, ras dan agama, Bersosialisasi dan memberikan arahan dan pemahaman terhadhadap program kerja yang akan di realisasikan jika terpilih seperti kartu sehat, kartu sejahtera dan kartu pintar serta melakukan kampanye damai.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Komunikasi Politik dan Pilkada

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kekuatan Rahmad dan Karunia Nya serta telah memberikan kekuatan dan kesehatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Strategi Komunikasi Pasangan Calon Gubernur Djarot Dan Sihar Sitorus Pada Pilkada Sumut Tahun 2018”**.

Ucapan terima kasih terdalam peneliti persembahkan kepada kedua orang tua saya, **Ayahanda saya H. Lilik Sukamto & Ibunda saya Nurainun, serta Saudara saya Nabila Mahmuda Lubis, Fahmi Fahrezy Lubis dan Rafli Lubis**, yang telah membimbing saya untuk menyelesaikan perkuliahan selama ini. Terima kasih banyak telah memberikan banyak nasehat, dukungan moral, dukungan materil serta doa yang tidak putus-putusnya kepada saya serta selalu mensupport saya hingga saya bisa menyelesaikan perkuliahan dan skripsi saya.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bimbingan, nasihat serta dukungan dari banyak pihak. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
2. Bapak Dr. Rudianto S.Sos M.Si selaku Wakil Rektor III Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Bapak Dr. Arifin Saleh, M.SP

4. Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Bapak Drs. Zulfahmi M.I.Kom.
5. Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Bapak Abrar Adhani M.I.Kom.
6. Ketua Jurusan Prodi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Ibu Nurhasanah Nasution, M.I.Kom.
7. Bapak Puji Santoso, S.S., M.SP. selaku selaku Dosen pembimbing I saya yang telah begitu banyak meluangkan waktunya, tenaga dan pikiran dalam membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini
8. Kepada tempat penelitian saya, Kantor Posko Pemenangan pasangan cagub Djarot-Sihar Sitorus.
9. Dan yang terakhir, Terima Kasih untuk semua orang (tidak dapat penulis sebutkan satu persatu) yang telah membantu saya menyelesaikan skripsi ini dan telah banyak memberikan informasi kepada penulis dalam segala hal.

Medan, 04 Oktober 2018

Penulis :

LUTFI RINALDI LUBIS

DAFTAR ISI

	Halaman
SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS.....	i
ABSTRAKSI.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	5
D. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II URAIAN TEORITIS.....	8
A. Komunikasi.....	8
1. Pengertian Komunikasi.....	8
2. Proses Komunikasi.....	11
3. Fungsi Komunikasi.....	13
4. Unsur-Unsur Komunikasi.....	17
5. Hambatan Komunikasi.....	20
6. Efek Komunikasi.....	22
B. Strategi.....	23
1. Pengertian Strategi.....	23
2. Tingkat-Tingkat Strategi.....	26
3. Tipe-Tipe Strategi.....	27
4. Manajemen Strategi.....	29
5. Evaluasi Strategi.....	31
C. Strategi Komunikasi.....	33
1. Pengertian Strategi Komunikasi.....	33
2. Langkah-langkah Strategi Komunikasi.....	34
3. Tujuan Strategi Komunikasi.....	36
4. Prinsip-Prinsip Strategi Komunikasi.....	37
5. Strategi Komunikasi Politik.....	38
D. Komunikasi Politik.....	42
1. Pengertian Komunikasi Politik.....	42
2. Unsur-Unsur Komunikasi Politik.....	44
3. Tujuan Komunikasi Politik.....	47
4. Dampak Komunikasi Politik.....	49
E. Pengertian Pilkada.....	50
BAB III METODE PENELITIAN.....	52
A. Metode Penelitian.....	52
1. Jenis Penelitian.....	52
2. Kerangka Konsep.....	53

	Halaman
3. Definisi Konsep.....	55
4. Kategorisasi Penelitian.....	56
5. Narasumber Penelitian.....	57
6. Teknik Pengumpulan Data.....	57
7. Teknik Analisis Data.....	59
8. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	63
A. Penyajian Data.....	63
B. Hasil Penelitian.....	64
C. Pembahasan Data.....	76
D. Profile Pasangan Calon Gubernur/Wakil Gubernur Sumatera Utara Pada Pilkada 2018.....	81
BAB V PENUTUP.....	91
A. Kesimpulan.....	91
B. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap Kabupaten Kota di Indonesia memiliki Kepala Daerah. Kepala Daerah adalah Orang yang diberikan tugas oleh pemerintah pusat untuk menjalankan pemerintahan di daerah. Kedudukan kepala daerah dan DPRD (Dewan Perwakilan Rakyat Daerah) sama tingginya. Contohnya : Gubernur, Bupati, Walikota. dalam konteks Indonesia, Kepala Daerah adalah gubernur (kepala daerah provinsi), bupati (kepala daerah kabupaten), atau wali kota (kepala daerah kota). Kepala daerah dibantu oleh seorang wakil kepala daerah. Sejak tahun 2005, pasangan kepala daerah dan wakil kepala daerah dipilih secara langsung oleh rakyat melalui Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah (Pilkada). Pasangan tersebut dicalonkan oleh partai politik dan/atau independen.

Adapun tugas-tugas yang di emban oleh Kepala Daerah antara lain Memimpin pelaksanaan Urusan Pemerintahan yang menjadi kewenangan Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dan kebijakan yang ditetapkan bersama DPRD, Memelihara ketenteraman dan ketertiban masyarakat, Menyusun dan mengajukan rancangan Perda tentang RPJPD dan rancangan Perda tentang RPJMD kepada DPRD untuk dibahas bersama DPRD, serta menyusun dan menetapkan RKPD, Menyusun dan mengajukan rancangan Perda tentang RPJPD dan rancangan Perda tentang RPJMD kepada DPRD untuk dibahas bersama

DPRD, serta menyusun dan menetapkan RKPD, Mewakili Daerahnya di dalam dan di luar pengadilan, dan dapat menunjuk kuasa hukum untuk mewakilinya sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan, Mengusulkan pengangkatan wakil kepala daerah serta Melaksanakan tugas lain sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dalam melaksanakan tugas kepala daerah memiliki beberapa kewenang. Namun kewenangan serta tugas dilarang dilaksanakan jika Kepala Daerah sedang menjalani masa tahanan. Selama menjalani masa tahanan, tugas dan wewenang dilaksanakan oleh Wakil Kepala Daerah. Apabila kepala daerah sedang menjalani masa tahanan atau berhalangan sementara dan tidak ada wakil kepala daerah, sekretaris daerah melaksanakan tugas sehari-hari kepala daerah.

(<http://pemerintah.net/tugas-wewenang-kewajiban-dan-hak-kepala-daerah-dan-wakil-kepala-daerah/dikutip/08-05-2018>)

Tahun 2018 ini, Sumatera Utara kembali mengadakan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada). Komisi Pemilihan Umum Sumatera Utara menetapkan dua pasangan calon gubernur dan wakil gubernur dalam Rapat Pleno Terbuka Pengumuman dan Penetapan Pasangan Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Sumut 2018-2023 di Ballroom Hotel Grand Mercure Maha Cipta Jalan Perintis Kemerdekaan, Medan, Senin (12/2/2018). Kedua pasangan yang lolos adalah Edy Rahmayadi dan pasangannya, Musa Rajekshah, serta pasangan Djarot Saiful Hidayat dan Sihar Sitorus.

Untuk menarik perhatian masyarakat Sumatera Utara agar memilih pasangan calon Gubernur ketika Pilkada nanti, perlu adanya strategi-strategi komunikasi politik yang baik agar visi dan misi dari masing-masing Cagub dapat tercapai.

Strategi komunikasi politik berbeda dengan taktik, strategi komunikasi politik menjelaskan tahapan kongkrit dalam rangkaian aktivitas komunikasi yang berbasis pada satuan teknik bagi pengimplementasian tujuan komunikasi yang bersifat politik.

Salah satu Calon Gubernur pada Pilkada Sumatera Utara yang menarik perhatian penulis adalah pasangan Cagubsu Djarot-Sihar Sitorus. Dikarenakan Kans Djarot pada Pilgubsu ini sebenarnya cukup berat. Tantangan terbesarnya adalah namanya relatif belum dikenal luas di Sumut. Berbeda dengan Jakarta di mana masyarakat sudah melek informasi. Selain itu benar bahwa ada banyak orang Jawa di Sumut, tapi tidak ada hubungan psikologis yang sangat kuat antara komunitas Jawa Sumut dan Djarot.

Dengan adanya alasan tersebut, tim posko pemenangan Djarot-Sihar Sitorus harus dengan seksama memperkenalkan pribadi dari Cagub tersebut agar masyarakat mengenal lebih dalam agar masyarakat Sumatera Utara dapat memilih Djarot-Sihar dalam Pilkada mendatang. Perlu adanya strategi komunikasi politik yang baik dan maksimal, dikarenakan saingan Cagubsu pasangan Edy rahmayadi dan Musa Rajeksyah, yang notabene warga Sumatera Utara dan namanya sudah dikenal banyak masyarakat Sumatera Utara.

Penunjukan pasangan Djarot dan Sihar sebagai Cagub Sumut semata-mata atas proses politik di dalam internal DPP PDI Perjuangan yang akhirnya melalui keputusan Megawati Soekarno Putri sebagai ketua umum partai menunjuk Djarot dan Sihar untuk bertarung di Pilkada Sumut. Meskipun dalam proses politik itu sejumlah nama-nama terkenal asal Sumut sempat mengajukan dan mendaftarkan

diri mereka sebagai Cagub Sumut melalui PDI P, seperti Syamsul Arifin (Eks Gubsu), Mayjend (Purnawirawan) Franses Siahaan (Eks. Pangdam Cendrawasih), Moncer Maruarar Sirait, Efendi Simbolon dan lain sebagainya.

Kemudian, Hasil Quick Count lembaga survei Saiful Mujani Research and Consulting (SMRC) menempatkan pasangan Edy Rahmayadi-Musa Rajekshah unggul sementara dari pesaingnya Djarot Saiful Hidayat-Sihar Sitorus di Pemilihan Gubernur Sumatera Utara, adalah sebagai berikut : Data yang masuk sebesar 24,33 persen sampai pada pukul 14.00 WIB, sementara menempatkan pasangan Edy-Musa unggul sementara sebesar 53,65 persen. Suara Djarot sementara 46,35 persen. Sampel dipilih menggunakan metode stratified cluster random sampling dengan margin of error plus minus 1 persen dan tingkat kepercayaan 99 persen.

Sementara itu, hasil quick count dari lembaga survei Charta Politika juga menempatkan pasangan 'Eramas' unggul sementara dari pasangan 'Djoss'. Data yang masuk 12, 50 persen menempatkan pasangan Eramas unggul 67,72 persen. Suara Djoss sementara 32,28 persen. Quick count dari Lingkaran Survei Indonesia (LSI) unggul sementara 57, 90 persen. Suara Djarot dan Sihar 42, 10 persen. Hasil hitung cepat sementara LSI itu berada di Vote Turnout (VTO) 51,71 persen dengan margin of error sebesar 1, 00 persen. Adapun persentase data yang diterima sebanyak 24, 57 persen.

Dengan adanya beberapa pertimbangan diatas, maka penulis tertarik untuk menjadikan uraian tersebut sebagai latar belakang masalah dari penelitian penulis serta mengetahui bagaimana strategi pasangan Calon Gubernur Djarot-Sihar

dengan judul skripsi “**Strategi Komunikasi Politik Pasangan Calon Gubernur Djarot Dan Sihar Sitorus Pada Pilkada Sumut Tahun 2018**”.

B. Perumusan Masalah

Perumusan masalah merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan sehingga peneliti dapat terarah dalam membahas masalah yang akan diteliti. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan masalah ini sebagai berikut : *“Bagaimana Strategi Komunikasi Politik Pasangan Calon Gubernur Djarot Dan Sihar Sitorus Pada Pilkada Sumut Tahun 2018”*.

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian digunakan agar penelitian tidak terlalu lari dari jalur. Adapun tujuan penelitian penulis adalah untuk mengetahui apa-apa saja strategi komunikasi politik pasangan Calon Gubernur Djarot dan Sihar Sitorus Pada Pilkada Sumut Tahun 2018.

2. Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah uraian teoritis tentang komunikasi, khususnya tentang strategi komunikasi politik pada pemilihan Kepala Daerah Sumatera Utara 2018-2023.
- b. Secara akedemis, hasil penelitian ini dapat disumbangkan kepada FISIP UMSU khususnya jurusan Ilmu Komunikasi dalam rangka memperkaya literatur bacaan dan khasanah penelitian bagi Mahasiswa.

- c. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat diharapkan memberi masukan kepada berbagai pihak khususnya kepada lembaga-lembaga yang terkait dalam hal pendidikan dan pada masyarakat khususnya Mahasiswa.

D. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini, yaitu dengan membagi menjadi beberapa bab dimana masing-masing dibagi kedalam sub-sub dengan rincian sebagai berikut:

BAB I (PENDAHULUAN)

Bab ini membahas: Latar Belakang Masalah, Pembatasan dan Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka, dan Sistematika Penulisan.

BAB II (URAIAN TEORITIS)

Bab ini membahas tentang teori-teori yang digunakan peneliti dalam penelitiannya. Uraian teoritis tersebut berkisar seputar pengertian dari Komunikasi, Komunikasi Massa, Komunikasi Politik, Strategi, Strategi Komunikasi dan Pengertian Pilkada.

BAB III (METODE PENELITIAN)

Bab ini membahas tentang Metodologi penelitian, Jenis Penelitian, Kerangka Konsep, Definisi Konsep, Narasumber Penelitian, Teknik Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data.

BAB IV (ANALISIS HASIL PENELITIAN)

Bab ini membahas mengenai hasil temuan penelitian yang kemudian di analisis dari Strategi komunikasi politik pasangan Cagub Djarot-Sihar Sitorus pada pilkada Sumut Tahun 2018

BAB V (PENUTUP)

Bab terakhir ini penulis berharap dapat mendeskripsikan hasil dari penelitian dan menguraikan data secara baik. Adapun beberapa uraian penting yang penulis berikan dari hasil penelitian ini akan dirangkum dalam bahasan kesimpulan. Selanjutnya untuk menyempurnakan penelitian ini penulis memberikan saran-saran agar menjadi bahan pertimbangan tentang penulisan yang telah di angkat sebagai pokok permasalahan

BAB II

URAIAN TEORITIS

A. Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Istilah *komunikasi* atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama*. Sama disini maksudnya adalah sama makna (Effendy, 2011:9). Menurut Effendy komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan (langsung) ataupun tidak langsung (melalui media).

Komunikasi memiliki sejumlah arti. Para pakar telah membuat banyak upaya untuk mendefinisikan komunikasi. Namun, menetapkan satu definisi tunggal terbukti tidak mungkin dan berguna. Definisi mana yang dipilih, tergantung pada kegunaannya dan dalam hal apa definisi diperlukan. Berikut tiga kategori definisi komunikasi, (Daryanto 2010:10) adalah sebagai berikut :

- a) Tingkat observasi yakni bersifat umum adalah definisi yang menyatakan bahwa komunikasi adalah proses yang menghubungkan satu bagian dengan bagian lainnya dalam kehidupan. Dalam hal yang lebih khusus, definisi komunikasi adalah alat untuk mengirimkan pesan militer, perintah dan sebagainya melalui telepon, telegraf, radio, kurir dan lainnya.
- b) Tingkat keberhasilan yakni menekankan keberhasilan dan diterimanya pesan yaitu definisi yang menyatakan bahwa komunikasi adalah proses

pertukaran informasi untuk mendapatkan saling pengertian. Sementara itu, yang tidak menekankan keberhasilan misalnya defenisi yang menyatakan bahwa komunikasi adalah proses transmisi informasi.

- c) Tingkat kesengajaan yakni yang mengisyaratkan kesengajaan yaitu defenisi yang menyatakan bahwa komunikasi adalah situasi-situasi yang memungkinkan suatu sumber mentransmisikan suatu pesan kepada seorang penerima dengan disadari mempengaruhi perilaku penerima.

Beberapa defenisi menurut para pakar menurut bidang ilmunya (Cangara, 2012:21-22):

- a) Defenisi singkat menurut Harold D. Lasswell.

Bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya”.

- b) Menurut Steven

Bahwa komunikasi terjadi kapan saja suatu organisme memberi reaksi terhadap suatu objek atau stimuli.

- c) Everett M. Rogers pakar sosiologi

Komunikasi adalah sebuah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

- d) Rogers mengembangkan definisi tersebut bersama D. Lawrence Kincaid (1981).

Melahirkan suatu defenisi baru yang menyatakan bahwa, komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk dan melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian mendalam (Cangara, 2012:22)

e) Menurut Weaver (1949)

Bahwa komunikasi adalah manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja (Cangara, 2012:22)

Secara terminologis komunikasi berarti penyampian suatu pernyataan seseorang kepada orang lain. Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap menurut (Effendy, 2011:11-17) yaitu :

a) Proses Komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambing (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahasa yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi adalah jelas karena hanya bahasa yang mampu “menerjemahkan” pikiran seseorang kepada orang lain.

Wilbur schramm, seorang ahli komunikasi, dalam karyanya, “*Communication Research in the United States*”, menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan

(*frame of refrence*), yakni paduan pengalaman dan pengertian (*collection of experiences and meanings*) yang pernah diperoleh komunikan. (Effendy, 2011:13)

b) Proses Komunikasi secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio televisi, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

Pentingnya peranan media, yakni media sekunder, dalam proses komunikasi, disebabkan oleh efisiensinya dalam mencapai komunikan. Surat kabar, radio, atau televisi misalnya, merupakan media yang efisien dalam mencapai komunikan dalam jumlah yang amat banyak. Akan tetapi, oleh para ahli komunikasi diakui bahwa keefektifan dan efisiensi komunikasi bermedia hanya dalam menyebarkan pesan-pesan yang bersifat informatif. Menurut mereka, yang efektif dan efisien dalam menyampaikan pesan persuasive adalah komunikasi tatap muka karena kerangka acuan (*frame of refrence*) komunikan dapat diketahui oleh komunikator, sedangkan dalam proses komunikasinya, umpan balik berlangsung seketika, dalam arti kata komunikator mengetahui tanggapan atau reaksi komunikan pada saat itu juga. Ini berlainan dengan komunikasi bermedia. Seperti halnya dengan menggunakan media massa, yang tidak memungkinkan

komunikator mengetahui kerangka acuan khalayak yang menjadi sasaran komunikasinya, umpan balik berlangsung tidak pada saat itu.

Karena proses komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus ruang dan waktu, maka dalam menata lambing-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus memperhitungkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang digunakan. Penentuan media yang akan dipergunakan sebagai hasil pilihan dari sekian banyak alternative perlu didasari pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju. Komunikan media surat, poster, atau papan pengumuman akan berbeda dengan komunikan surat kabar, radio, televisi, atau film. Setiap media memiliki ciri atau sifat tertentu yang hanya efektif dan efisien untuk dipergunakan bagi penyampaian suatu pesan tertentu pula.

2. Proses Komunikasi

Menurut Effendy (2003:33) mengemukakan proses komunikasi dalam perspektif mekanistik dapat diklasifikasikan menjadi:

1. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang sebagai media atau saluran.

a. Lambang Verbal

Effendy (2003 : 33) mengemukakan bahwa proses komunikasi bahasa sebagai lambang verbal paling banyak dan paling sering digunakan. Hal ini disebabkan bahasa dianggap mampu mengungkapkan pikiran

komunikator mengenai hal, peristiwa, baik yang konkret maupun yang abstrak yang terjadi masa kini, lalu dan masa yang akan datang.

b. Lambang Nonverbal

Lambang nonverbal adalah lambang yang dipergunakan dalam komunikasi yang bukan bahasa, misalnya kial, isyarat dengan anggota tubuh, antara lain kepala, mata, bibir, tangan dan jari. Penggunaan gambar adalah lambang lain yang dipergunakan dalam berkomunikasi nonverbal. Mark Knap (Cangara, 2004:100) menyebutkan bahwa penggunaan kode verbal dalam berkomunikasi memiliki fungsi untuk:

- Meyakinkan apa yang diucapkan (*Repetition*)
- Menunjukkan perasaan dan emosi yang tidak bisa diutarakan dengan kata-kata (*Subtation*).
- Menunjukkan jati diri sehingga orang lain bisa mengenalnya (*Identity*)
- Menambah atau melengkapi ucapan yang dirasa belum sempurna

2. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama (Effendy, 2003:17).

Komunikator menggunakan media kedua ini karena komunikan yang dijadikan sasaran komunikasinya jauh tempatnya atau jumlahnya banyak.

Kalau komunikasi jauh, dipergunakanlah surat atau telepon. Jika komunikasi banyak, dipakailah perangkat penguat suara.

3. Proses Komunikasi Secara Linear

Proses komunikasi secara linear, sebagaimana dikemukakan oleh Effendy (2003: 39) yaitu mengandung makna lurus. Jadi proses linear berarti perjalanan dan satu titik ke titik lain secara lurus. Dalam konteks komunikasi, proses linear adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Biasanya berlangsung pada komunikasi bermedia.

4. Proses Komunikasi Secara Sirkular

Istilah sirkular sebagai terjemahan dan perkataan circular yang secara harfiah artinya bulat, bundar. Effendy (2003:39) penggunaan dalam komunikasi yang dimaksudkan yaitu proses sirkular itu adalah terjadinya *Feedback* yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator. Oleh karena itu, ada kalanya *Feedback* mengalir dan komunikan ke komunikator itu adalah *Response* atau tanggapan komunikan terhadap pesan yang ia terima dan komunikator.

3. Fungsi Komunikasi

William I. Loren Anderson (Mulyana,2005:5-30), mengkategorikan fungsi komunikasi menjadi 4, yaitu:

a) Sebagai komunikasi sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar

dari tegangan dan tekanan, antara lain lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur danb memupuk hubungan dengan orang lain. Pembentukan konsep diri. Konsep diri adalah pandangan mengenai diri kita, dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan oleh orang lain kepada kita. Melalui komunikasi dengan orang lain kita belajar bukan saja mengenai siapa kita, namun bagaimana kita merasakan siapa kita. George Herbert Mead mngistilahkan *significant others* (orang lain yang sangat penting) untuk orang-orang di sekitar kita yang mempunyai peranan penting dalam membentuk konsep diri kita. Richard Dewey dan W.J Humber (19969) menamai *affective others*, untuk orang lain yang dengan mereka kita punya ikatan emosional. Dari merekalah perlahan-lahan kita membentuk konsep diri kita. Selain itu, terdapat juga yang disebut *reference group* yaitu kelompok yang secara emosioanal mengikat kiota, dan berpengaruh terhadap pembentukan konsep diri kita. Dengan ini, orang akan mengarahkan perilakunya dan menyesuaikan diri dengan ciri-ciri kelompok. Pernyataan eksistensi diri. Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Fungsi komunikasi sebagai eksistensi diri terlihat jelas pada seorang pnanya pada sebuah seminar, walaupun sudah diperingati oleh moderator untuk brbicara singkat dan langsung ke pokok masalah, penanya atau komentator itu sering berbicara panjang kebar dengan argument-argumen yang kebanyakan tidak relevan. Untuk kelangsungan hidup, memupuk hubungan, dan memperoleh kebahagiaan. Para psikolog berpendapat, kebutuhan utama kita sebagai manusia, dan

untuk menjadi manusia yang sehat secara rohani, adalah kebutuhan akan hubungan sosial yang ramah, yang hanya bisa dipenuhi dengan membina hubungan yang baik dengan orang lain. Komunikasi sangat dibutuhkan untuk memperoleh dan memberi informasi yang dibutuhkan, untuk meujuk, dan mempengaruhi orang lain, mempertimbangkan solusi alternatif atas masalah kemudian mengambil keputusan, dan tujuan-tujuan sosial serta hiburan.

b) Sebagai komunikasi ekspresif

Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal. Perasaan sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut dapat disampaikan lewat kata-kata, namun bisa disampaikan lebih ekspresif lewat perilaku nonverbal. Misalnya ibu menunjukkan rasa kasih sayangnya dengan membelai kepala anaknya.

c) Sebagai komunikasi ritual

Komunikasi ritual biasanya dapat terlihat pada suatu komunitas yang melakukan upacara-upacara yang disebut oleh para antropolog sebagai *rites of passage*, seperti upacara kelahiran, upacara pernikahan, siraman, dan lain-lain. Dalam acara tersebut orang-orang biasanya mengucapkan kata-kata atau perilaku-perilaku simbolik.

d) Sebagai komunikasi instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan

tindakan, dan juga menghibur. Sebagai instrument, komunikasi tidak saja digunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan, namun juga untuk menghancurkan hubungan tersebut. Komunikasi berfungsi esbagai instrument untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang, Berkenaan dengan fungsi komunikasi ini, seorang ahli bernama Harold D. Laswell memaparkan fungsi komunikasi sebagai berikut:

- Pengawasan lingkungan yaitu epnyingkapan ancaman dan kesempatan yang mempengaruhi nilai masyarakat.
- Menghubungkan bagian-bagian penting yang tak terpisahkan bagi masyarakat untuk menanggapi lingkungan
- Menurunkan warisan sosial dari generasi ke generasi

4. Unsur-Unsur Komunikasi

Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, jelas bahwa komunikasi antar manusia hanya bisa terjadi jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima pesan (komunikan) dan efek. Unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi.

Menurut Harold Lasswell (Effendy, 2005:22) terdapat 5 unsur dalam komunikasi, yaitu:

- a. Komunikator (siapa yang mengatakan), adalah pihak yang bertindak sebagai pengirim pesan kepada komunikan (penerima pesan) dalam sebuah proses komunikasi.

- b. Pesan (mengatakan apa), adalah setiap pemberitahuan, kata atau komunikasi baik lisan maupun tertulis, yang dikirimkan dari satu orang ke orang lain.
- c. Alat atau media (kepada siapa), adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan.
- d. Komunikan (kepada siapa), adalah pathner atau rekan dari komunikator dalam berkomunikasi, seperti penerima pesan yang telah dikirim oleh komunikator.
- e. Efek (dengan dampak / efek apa?), adalah perubahan, hasil atau konsekuensi yang disebabkan oleh sesuatu (pesan) yang dikirmkan oleh komunikator kepada komunikan.

Menurut Aristoteles (Cangara, 2004: 22) ahli filsafat Kuno dalam bukunya *Rhetorica* menyebutkan bahwa suatu proses komunikasi memerlukan tiga unsur yang mendukungnya, yakni siapa yang berbicara, apa yang dibicarakan dan siapa yang mendengarkan.

Claude E. Shannon dan Werren Weaver 1949 (Cangara, 2004:23), dua orang insinyur listrik menyatakan bahwa terjadinya proses komunikasi memerlukan 5 unsur yang mendukungnya, yakni pengirim, transmitter, signal, penerima dan tujuan. Meski pandangan Shannon dan Weaver ini pada dasarnya berasal dan pemikiran proses elektronika, tetapi para sarjana yang muncul di belakangnya mencoba menerapkannya dalam proses komunikasi antarmanusia seperti yang dilakukan Miller.

Awal tahun 1960-an David K. Belo (Cangara, 2004:23) membuat formula komunikasi yang lebih sederhana. Formula ini dikenal dengan nama “SMCR”, yakni *Source* (pengirim), *Message* (pesan), *channel* (saluran-media) dan *Receiver* (penerima). Perkembangan terakhir adalah munculnya pandangan dan Joseph De Vito, K Sereno dan Erika Vora (Cangara, 2004:24) yang menilai faktor lingkungan merupakan unsur yang tidak kalah pentingnya dalam mendukung terjadinya proses komunikasi.

Sebagaimana yang dikutip oleh Wiryanto (2004:7), Menurut Harold D.Laswell cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah “Dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who, Say What, In Which Channel, ToWhom, With What Effect*”. Pertanyaan ini mengandung lima unsur dalam komunikasi yang menunjukkan studi ilmiah mengenai komunikasi.

- *Who* :(siapa), komunikator yakni orang yang menyampaikan, mengatakan, atau menyiarkan pesan-pesan baik secara lisan maupun tulisan. Dalam hal ini komunikator melihat dan menganalisa factor yang memprakarsai dan membimbing kegiatan komunikasi.
- *Say What* :(mengatakan apa), pesan yaitu ide, opini, informasi, opini yang dinyatakan sebagai isi pesan dengan menggunakan simbol atau lambang yang berarti.
- *In Which Channel* :(melalui saluran apa) media ialah alat yang dipergunakan komunikator untuk menyampaikan pesan agar pesan lebih mudah untuk diterima dan dipahami, biasanya komunikator menggunakan pers, radio, televisi, dan lain-lain.

- *To Whom* :(kepada siapa) komunikan ialah orang yang menjadi sasarankomunikator dalam menyampaikan pesan. Untuk itu seorang komunikatorharus mengetahui betul sifat dan kondisi komunikan dimanapun berada.
- *With What Effect* :(dampak/efek). Dampak/efek yang terjadi pada komunikan(penerima) setelah menerima pesan dari sumber, seperti perubahan sikap,bertambahnya pengetahuan, dll.

5..Hambatan Komunikasi

Menurut Shannon dan Weaver 1949 (Effendy,2011) hambatan komunikasi terjadi jika terdapat intervensi yang mengganggu salah satu elemen komunikasi, sehingga proses komunikasi tidak dapat berlangsung secara efektif serta adanya hambatan yang membuat proses komunikasi tidak dapat berlangsung sebagaimana harapan komunikator dan penerima. Maka pada dasarnya hambatan komunikasi dapat dibedakan atas tujuh macam, yakni sebagai berikut.

a. Gangguan Teknis

Gangguan teknis terjadi jika salah satu alat yang digunakan dalam berkomunikasi mengalami gangguan, sehingga informasi yang ditransmisikan melalui saluran mengalami kerusakan (channel noise). Misalnya gangguan pada stasiun radio dan tv, gangguan jaringan telepon, rusaknya pesawat radio sehingga terjadi suara bising dan semacamnya.

1. Gangguan Semantik dan Psikologis

Gangguan semantik ialah gangguan komunikasi yang disebabkan karena kesalahan pada bahasa yang digunakan (Blake 1979).gangguan semantik sering terjadi karena:

- a) Kata-kata yang digunakan terlalu banyak memakai jargon bahasa asing sehingga sulit dimengerti oleh khalayak tertentu.
- b) Bahasa yang digunakan pembicara berbeda dengan bahasa yang digunakan oleh penerima.
- c) Struktur bahasa yang digunakan tidak sebagaimana mestinya, sehingga membingungkan penerima.
- d) Latar belakang budaya yang menyebabkan salah persepsi terhadap simbol-simbol bahasa yang digunakan.

2. Rintangan Fisik

Rintangan fisik ialah rintangan yang disebabkan karena kondisi geografis misalnya jarak yang jauh sehingga sulit dicapai, tidak adanya sarana kantor pos, kantor telepon, jalur transportasi dan sebagainya.

3. Rintangan Status

Rintangan status ialah rintangan yang disebabkan karena jarak sosial diantara peserta komunikasi, misalnya perbedaan status senior dan junior atau atasan dengan bawahan.

4. Rintangan Hambatan Berfikir

Rintangan hambatan berfikir ialah rintangan yang disebabkan adanya perbedaan persepsi antara komunikator dan khalayak terhadap pesan yang

digunakan dalam berkomunikasi. ini bisa disebabkan latar belakang pendidikan yang berbeda.

5. Rintangan Budaya

Rintangan budaya adalah rintangan yang terjadi disebabkan karena adanya perbedaan norma, kebiasaan dan nilai-nilai yang dianut oleh pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi

6. Efek Komunikasi

Menurut Severin dan Tankard yang dikutip Suprpto dalam bukunya “Pengantar Teori Komunikasi” (2006:13-14) berdasarkan sifat-sifat komponen, komunikasi massa mempunyai ciri-ciri khusus sebagai berikut:

a) Berlangsung satu arah.

Bandingkan dengan komunikasi antar personal yang berlangsung dua arah. Dalam komunikasi massa *feedback* baru akan diperoleh setelah komunikasi berlangsung.

b) Komunikator pada komunikasi massa melembaga

Informasi yang disampaikan melalui media massa merupakan produk bersama. Seorang komunikator dalam media massa bertindak atas nama lembaga dan nyaris tak memiliki kebebasan individual.

c) Pesan-pesan bersifat umum

Pesan-pesan yang disampaikan melalui media massa pada umumnya bersifat umum (untuk orang banyak).

d) Melahirkan keserempakan

Bagaimana kekuatan sebuah radio siaran melalui acara tertentu memaksa pendengarnya untuk secara serempak mendengarkan acara tersebut.

- e) Komunikan komunikasi massa bersifat heterogen

Kemajemukan *audience* komunikasi massa menyebabkan pelaksana komunikasi massa harus benar-benar mempersiapkan semua ide atau informasi yang akan disampaikan sebaik mungkin sebelum disebarluaskan

B. Strategi

1. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *strategos*, yang secara harfiah berarti “seni umum”. Kelak berubah menjadi kata sifat *strategia* yang berarti “keahlian” yang belakangan diadaptasikan lagi ke dalam lingkungan bisnis modern.

Menurut Liliweri (2011: 240), kata strategi bermakna sebagai:

- a. Keputusan untuk melakukan suatu tindakan dalam jangka panjang dan segala akibatnya
- b. Penentuan tingkat kerentanan posisi kita dengan posisi pesaing (ilmu dan bisnis)
- c. Pemanfaatan sumber daya dan penyebaran informasi yang relatif terbatas terhadap kemungkinan penyadapan informasi oleh para pesaing
- d. Penggunaan fasilitas komunikasi untuk penyebaran informasi yang menguntungkan berdasarkan analisis geografis dan topografis
- e. Penemuan titik-titik kesamaan dan perbedaan penggunaan sumber daya dalam pasar informasi

Jadi, strategi merupakan suatu keputusan yang tepat, jelas, komprehensif, valid sebagai dasar filosofis dan praksis bagi kita untuk berfikir, berperilaku, beraktifitas dan bertindak.

Menurut Henry Mintzberg (Liliweri, 2011: dalam buku berjudul “*The rise and Fall Of Strategic Planning*” (1994), strategi ialah:

1. Sebuah rencana “bagaimana” cam untuk mendapatkan sesuatu dan sini atau dari sana
2. Pola tindakan dan waktu ke waktu, misalnya sebuah perusahaan secara teratur memasarkan produknya yang sangat mahal sehingga harus menggunakan strategi *high-end* (dan awal sampai akhir tetap mahal demi menjamin nama produk)
3. Suatu posisi yang mencerminkan keputusan untuk menawarkan produk atau jasa tertentu di pasar tertentu
4. Perspektif terhadap misi dan arah terhadap visi

Pada tahun 1996, Harvard *Business me review* buku-buku Porter sebelumnya. Porter berpendapat bahwa “strategi kompetitif” merupakan tindakan untuk membuat sesuatu menjadi berbeda-beda. Dia menambahkan “itu berarti kita sengaja memilih serangkaian kegiatan yang berbeda untuk memberikan nilai campuran yang unik” (Liliweri, 2011:243).

Buku Top Management Strategy (Liliweri, 2011:243) yang ditulis oleh Benjamin Tregoe dan John Zimmerman dan Kepner-Tregoe mendefinisikan sebagai kerangka kerja yang membimbing orang-orang untuk memilih dan menentukan sifat dan arah dan sebuah organisasi.

Menurut Basu (2007:61) strategi adalah suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai suatu tujuan. Jadi strategi merupakan perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan tertentu dan praktek operasionalnya.

Menurut Efendy (2005:309) strategi adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Demikian juga strategi komunikasi pemasaran merupakan panduan dan perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan.

Dengan demikian strategi adalah penetapan arah kepada manajemen dalam orang tentang sumber daya di dalam bisnis dan tentang bagaimana mengidentifikasi kondisi yang memberikan keuntungan terbaik untuk membantu memenangkan persaingan di dalam pasar. Perumusan strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah ke depan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategis dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan value terbaik.

Beberapa langkah yang perlu dilakukan perusahaan atau organisasi dalam merumuskan strategi yaitu:

1. Mengidentifikasi lingkungan yang akan dimasuki oleh perusahaan di masa depan dan menentukan misi perusahaan untuk mencapai visi yang dicitakan dalam lingkungan tersebut.
2. Melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal untuk mengukur kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan dalam menjalankan misinya.

3. Merumuskan faktor-faktor ukuran keberhasilan (*key success factor*) dan strategi-strategi yang dirancang berdasarkan analisis sebelumnya.
4. Menentukan tujuan dan target terukur, mengevaluasi berbagai alternatif strategi dengan mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki dan kondisi eksternal yang dihadapi.
5. Memilih strategi yang paling sesuai untuk mencapai jangka pendek dan jangka panjang.

Dari pengertian strategi tersebut dapatlah kita pahami bahwa strategi adalah sarana bagi suatu perusahaan dalam menjalankan program-program yang akan dijalankan oleh perusahaan dalam mencapai tujuan akhir.

2. Tingkat-Tingkat Strategi

Merujuk pada pandangan Higgins (Salusu, 2006:101), menjelaskan adanya empat tingkatan strategi. Adapun keseluruhannya adalah sebagai berikut :

a) *.Enterprise Strategy*

Strategi ini berkaitan dengan respons masyarakat. Setiap organisasi mempunyai hubungan dengan masyarakat. Masyarakat adalah kelompok yang berada di luar organisasi yang tidak dapat dikontrol. Di dalam masyarakat yang tidak terkendali itu, ada pemerintah dan berbagai kelompok lain seperti kelompok penekan, kelompok politik dan kelompok sosial lainnya. Jadi dalam strategi *enterprise* terlihat relasi antara organisasi dan masyarakat luar, sejauh interaksi itu akan dilakukan sehingga dapat menguntungkan organisasi. Strategi itu juga menampakkan

bahwa organisasi sungguh-sungguh bekerja dan berusaha untuk memberi pelayanan yang baik terhadap tuntutan dan kebutuhan masyarakat.

b) *Corporate Strategy*

Strategi ini berkaitan dengan misi organisasi, sehingga sering disebut *Grand Strategy* yang meliputi bidang yang digeluti oleh suatu organisasi. Pertanyaan apa yang menjadi bisnis atau urusan kita dan bagaimana kita mengendalikan bisnis itu, tidak semata-mata untuk dijawab oleh organisasi bisnis, tetapi juga oleh setiap organisasi pemerintahan dan organisasi nonprofit. Apakah misi universitas yang utama? Apakah misi yayasan ini, yayasan itu, apakah misi lembaga ini, lembaga itu? Apakah misi utama direktorat jenderal ini, direktorat jenderal itu? Apakah misi badan ini, badan itu? Begitu seterusnya

c) *Business Strategy*

Strategi pada tingkat ini menjabarkan bagaimana merebut pasaran di tengah masyarakat. Bagaimana menempatkan organisasi di hati para penguasa, para pengusaha, para donor dan sebagainya. Semua itu dimaksudkan untuk dapat memperoleh keuntungan-keuntungan strategi yang sekaligus mampu menunjang berkembangnya organisasi ke tingkat yang lebih baik.

d) *Functional Strategy*

Strategi ini merupakan strategi pendukung dan untuk menunjang suksesnya strategi lain. Ada tiga jenis strategi fungsional yaitu:

- Strategi fungsional ekonomi yaitu mencakup fungsi-fungsi yang memungkinkan organisasi hidup sebagai satu kesatuan ekonomi yang sehat, antara lain yang berkaitan dengan keuangan, pemasaran, sumber daya, penelitian dan pengembangan.
- Strategi fungsional manajemen, mencakup fungsi-fungsi manajemen yaitu *planning, organizing, implementing, controlling, staffing, leading, motivating, communicating, decision making, representing, dan integrating.*
- Strategi isu strategik, fungsi utamanya ialah mengontrol lingkungan, baik situasi lingkungan yang sudah diketahui maupun situasi yang belum diketahui atau yang selalu berubah.

3. Tipe-Tipe Strategi

Setiap organisasi pasti memiliki strategi untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Tipe strategi yang digunakan dalam suatu organisasi tidaklah sama. Ada beberapa strategi yang digunakan dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Menurut Kooten dalam Salusu (2006:104-105), tipe-tipe strategi meliputi :

a) *Corporate Strategy* (Strategi Organisasi)

Strategi ini berkaitan dengan perumusan misi, tujuan, nilai-nilai, dan inisiatif-inisiatif strategi yang baru. Pembatasan-pembatasan diperlukan, yaitu mengenai apa yang dilakukan dan untuk siapa.

b) *Program strategy* (Strategi Program)

Strategi ini lebih memberi perhatian pada implikasi-implikasi strategi dari suatu program tertentu. Kira-kira apa dampaknya apabila suatu program tertentu dilancarkan atau diperkenalkan (apa dampaknya bagi sasaran organisasi).

c) *Resource Support Strategy* (Strategi Pendukung Sumber Daya)

Strategi sumber daya ini memusatkan perhatian pada memaksimalkan sumber-sumber daya esensial yang tersedia guna meningkatkan kualitas kinerja organisasi. Sumber daya itu dapat berupa tenaga, keuangan, teknologi, dan sebagainya.

d) *Institutional Strategy* (Strategi Kelembagaan)

Fokus dari strategi institusional ialah mengembangkan kemampuan organisasi untuk melaksanakan inisiatif-inisiatif strategi.

4. Manajemen Strategi

Manajemen strategi memberikan pengaruh terhadap jalannya organisasi dan bagaimana kontribusinya terhadap keberhasilan dan kegagalan perusahaan. Kehadiran manajemen strategi dalam khasanah ilmu manajemen merupakan isu penting yang berorientasi pada kepentingan jangka panjang dengan memperhatikan berbagai unsur yang dimiliki oleh organisasi. Manajemen strategi adalah cara yang akan dilakukan para penyusun strategi menentukan tujuan dan membuat keputusan strategik sehingga tujuan dan sasarannya tercapai (Akdon, 2011:7).

Sasaran manajemen strategi adalah meningkatkan kualitas organisasi, efisiensi penganggaran, penggunaan sumber daya, kualitas evaluasi program dan

pemantauan kinerja serta kualitas pelaporan. Pada intinya manajemen strategi adalah memilih alternatif strategi yang terbaik bagi organisasi atau perusahaan dalam segala hal guna mendukung jalannya suatu organisasi atau perusahaan. Organisasi dan perusahaan harus melakukan manajemen strategi secara terus-menerus dan fleksibel sesuai dengan tuntutan dan kondisi di lapangan.

Manajemen strategi memiliki beberapa pengertian diantaranya menurut Heene, dkk (2010:76) mengatakan bahwa manajemen strategi adalah suatu proses manajemen puncak yang mengelompokkan dan mengorientasikan semua kegiatan dan fungsi yang ada pada organisasi serta terfokus untuk diaktualisasikannya agenda strategik dari organisasi tersebut. Adapun tujuan dari manajemen strategi adalah untuk menciptakan afektivitas jangka panjang organisasi. Kemudian menurut Poister dalam Heene dkk, (2010:76), manajemen strategi mengintegrasikan semua proses manajemen lainnya dengan tujuan mengembangkan diri berdasarkan pendekatan yang sistematis, rasional, dan efektif dalam menentukan tujuan dari organisasi, kemudian mengaktualisasikan, memantau dan mengevaluasinya

Menurut Akdon (2011:277) merumuskan bahwa manajemen strategi adalah suatu seni dan ilmu dari pembuatan (*formulating*), penerapan (*implementing*), dan evaluasi (*evaluating*) keputusan-keputusan strategi antar fungsi-fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuan-tujuannya masa datang. Dengan demikian, manajemen strategi itu terdiri dari tiga macam proses manajemen yaitu pembuatan strategi, penerapan strategi, dan atau kontrol terhadap strategi.

Pembuatan strategi meliputi pengembangan misi dan tujuan jangka panjang, pengidentifikasian peluang dan ancaman dari luar serta kekuatan dan kelemahan pada organisasi, pengembangan alternatif strategi meliputi penentuan sasaran operasional tahunan, dan penentuan strategi yang sesuai untuk diaplikasikan. Penerapan strategi meliputi kebijakan organisasi, memotivasi pegawai, dan mengalokasikan sumber daya (SDM dan Non SDM) agar strategi yang telah ditetapkan dapat diimplementasikan. Sedangkan evaluasi strategi meliputi upaya-upaya yang dilakukan untuk memonitor seluruh hasil dari pembuatan dan penerapan termasuk mengukur kinerja organisasi serta mengambil langkah koreksi bila diperlukan.

5. Evaluasi Strategi

Evaluasi strategi jika diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia maka menjadi pengendalian strategi. Pengendalian atas strategi dapat dikatakan merupakan suatu bentuk dari pengendalian arah dari suatu tujuan. Biasanya ada selisih waktu cukup besar antara implementasi awal suatu strategi dan pencapaian hasil yang diinginkan. Selama waktu itu, investasi dilakukan dan sejumlah proyek dan tindakan dilaksanakan untuk mengimplementasikan strategi. Juga, selama waktu itu terjadi perubahan-perubahan baik dalam situasi lingkungan maupun dalam situasi intern perusahaan/organisasi. Pengendalian strategi diperlukan untuk mengemudikan perusahaan/organisasi melalui peristiwa-peristiwa. Mereka harus menyediakan landasan untuk menyesuaikan tindakan dan arah perusahaan dalam mengimplementasikan strateginya di tengah-tengah perkembangan dan perubahan.

Berdasarkan penjelasan diatas, Pearce dan Robinson (2008:510) mendefinisikan bahwa pengendalian strategi adalah pengendalian yang mengikuti strategi yang sedang diimplementasikan, mendeteksi masalah atau perubahan yang terjadi pada landasan pemikirannya, dan melakukan penyesuaian yang diperlukan. Bertolak belakang dengan pengendalian pasca tindakan, pengendalian strategi memedomani tindakan untuk kepentingan strategi ketika tindakan untuk kepentingan strategi ketika tindakan tersebut dilaksanakan dan ketika hasil akhir masih beberapa tahun lagi baru tercapai.

Pada saat melakukan evaluasi strategi, perlu direnungkan bersama bahwa pada dasarnya tidak terdapat satu pun tolak ukur absolut untuk menilai apakah sebuah strategi yang telah direalisasikan itu sudah baik atau mungkin belum baik. Setiap strategi tak lain adalah persepsi spesifik dari suatu tim manajemen mengenai bagaimana cara terbaik yang akan ditempuh untuk menghadapi kendala-kendala yang telah diantisipasi. Walaupun demikian ada beberapa ciri tertentu yang dapat menjadi indikator terhadap efektifitas dari suatu strategi.

Menurut Rumelt dalam Heene dkk (2010:186), ciri-ciri tersebut dapat dirinci menjadi empat kriteria menyeluruh, menyangkut :

- 1) Konsistensi.

Suatu strategi tidak diperkenankan sedikit pun untuk merumuskan berbagai perencanaan sasaran maupun langkah-langkah operasional yang serba inkonsisten;

- 2) Penyesuaian diri.

Suatu strategi harus senantiasa memberikan respons adaptif atas munculnya kendala -kendala dari lingkungan internal maupun eksternal organisasi;

3) Penciptaan nilai.

Suatu strategi harus senantiasa meracik jalan keluar konseptual positif yang mendorong upaya penciptaan nilai yang seoptimal mungkin. Potensi diri. Suatu strategi harus senantiasa tidak diperkenankan menilai secara berlebihan terhadap sarana-sarana yang tersedia ataupun merekayasa kreasi-kreasi baru yang justru sulit ditangani.

C. Strategi Komunikasi

1. Pengertian Strategi Komunikasi

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di lain pihak jika tidak ada strategi komunikasi yang baik, efek dan proses komunikasi (terutama komunikasi media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Lalu sebenarnya, strategi komunikasi menurut Liliweri (2011:240) adalah:

- 1) Strategi komunikasi mengartikulasikan, menjelaskan dan mempromosikan suatu visi komunikasi dan satuan tujuan komunikasi dalam suatu rumusan yang baik
- 2) Strategi komunikasi untuk menciptakan komunikasi yang konsisten, komunikasi yang dilakukan berdasar satu pilihan (keputusan) dan beberapa opsi komunikasi

- 3) Strategi komunikasi berbeda dengan taktik, strategi komunikasi menjelaskan tahapan kongkrit dalam rangkaian aktivitas komunikasi yang berbasis pada satuan teknik bagi pengimplementasian tujuan komunikasi
- 4) Strategi komunikasi berperan memfasilitasi perilaku untuk mencapai tujuan komunikasi manajemen

Arti dan strategi komunikasi (Effendy, 2003:82) menyatakan bahwa “strategi komunikasi merupakan paduan dan perencanaan komunikasi (*Communication Planning*) dan manajemen (*Communication Management*) untuk mencapai suatu tujuan”. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dan situasi dan kondisi.

Strategi komunikasi menurut Onong Uchjana (Efendy, 2005:82) yaitu strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*Management*) untuk mencapai tujuan. Tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

2. Langkah-langkah Strategi Komunikasi

Pada dasarnya, menurut Liliweri (2011:250) strategi komunikasi itu harus dimulai dengan beberapa poin, antara lain sebagai berikut :

- 1) Mengidentifikasi visi dan misi

Visi merupakan cita-cita ideal jangka panjang yang dapat dicapai oleh komunikasi. Rumusan visi biasanya terdiri dari “beberapa kata” yang

mengandung tujuan, saran dan cita-cita ideal komunikasi. Dan rumusan itulah akan dirumuskan misi yang menjabarkan cita-cita ideal ini.

2) Menentukan program dan kegiatan

Program dan kegiatan adalah serangkaian aktifitas yang harus dikerjakan. Program dan kegiatan merupakan penjabaran dan misi.

3) Menentukan tujuan dan hasil

Setiap program atau kegiatan biasanya mempunyai tujuan dan hasil yang akan diperoleh. Biasanya para perumus kebijakan membuat definisi tentang tujuan dan hasil yang akan dicapai.

4) Seleksi audiens yang menjadi sasaran

Perencana komunikasi menentukan kategori audiens yang menjadi sasaran komunikasi.

5) Mengembangkan pesan

Kriterianya adalah semua pesan yang dirancang sedapat mungkin memiliki isi (*content*) khusus yang jelas, persuasif, dan merefleksikan nilai-nilai audiens, tampilan isi yang dapat memberikan solusi bagi masyarakat atau menentukan tindakan tertentu.

6) Identifikasi pembawa pesan (tampilan komunikator)

Kriteria komunikator antara lain kredibilitas, kredibilitas dalam ilmu pengetahuan, keahlian, profesional dan keterampilan yang berkaitan dengan isu tertentu.

7) Mekanisme komunikasi/media

Kriterianya adalah memilih media yang dapat memperlancar mekanisme pengiriman dan pengiriman balik atau pertukaran informasi. Kriteria media adalah media yang mudah diakses atau yang paling disukai audiens. Misalnya melalui radio, koran dan leaflet.

8) Scan konteks dan persaingan

Kriterianya adalah menghitung resiko dan konteks yang akan mempengaruhi strategi komunikasi, misalnya menghitung peluang untuk memenangkan persaingan dengan merebut hati audiens.

3. Tujuan Strategi Komunikasi

Sementara tujuan strategi komunikasi itu sendiri menurut Liliweri (2011:248) adalah sebagai:

- a) Memberitahu (*Announcing*)
- b) Memotivasi (*Motivating*)
- c) Mendidik (*Educating*)
- d) Menyebarkan informasi (*Informing*)
- e) mendukung Pembuatan Keputusan (*supporting Decision Making*)

Selain dan itu, strategi komunikasi juga bertujuan agar:

- 1) Pesan mudah dipahami agar benar
- 2) Penerima pesan dapat dibina dengan baik
- 3) Kegiatan dapat termotivasi untuk dilakukan

4. Prinsip-Prinsip Strategi Komunikasi

Menurut Liliweri (2011:256), prinsip-prinsip dan strategi komunikasi juga berperan penting dalam penerapan strategi komunikasi. Prinsip-prinsip tersebut yaitu:

- 1) *Integrate*, Adalah proses untuk menggabungkan berbagai aktifitas yang berkaitan dengan satu program komunikasi.
- 2) *Straight forward*. Katakanlah ini pada semua orang, kejujuran menyertai perjalanan kita. Inilah perjuangan masa depan.
- 3) *Succinct*, Adalah pesan strategis, umumnya pendek dan sederhana. *Target-segment*, Yaitu tetapkan segmen yang akan menjadi sasaran.
- 4) *Personalia*, Adalah bantuan para pekerja untuk mengerti dampak personal. Pertanyaan yang esensi dan setiap komunikasi membutuhkan jawaban “apa yang saya dapat dari komunikasi ini”.
- 5) *Memorable*, Adalah buatan ukuran terhadap hasil komunikasi yang akan kita lakukan, misalnya para pekerja dapat melakukan kegiatan komunikasi 100 kali setiap hari.
- 6) *Multimedia*, Yaitu dengan menggunakan metode dan media massa yang bervariasi, departemen pemasaran anda dapat mengerjakan anda tentang komunikasi dengan media ini.
- 7) *Be Realistic*, Yaitu hendaklah realistis, tentukan dimata tempat bagi orang-orang yang akan bertemu dengan anda.
- 8) *Be Result* adalah orientasi kerja komunikasi yang efektif.

Pada bagian akhir dan strategi komunikasi tersebut, terdiri dari 4 tahapan/jenis kegiatan yaitu:

- 1) Mendukung komunikasi terutama pada level kepemimpinan
- 2) Melengkapi sumber daya
- 3) Mengintegrasikan komunikasi melalui organisasi
- 4) Melibatkan staff pada semua level untuk memberikan dukungan dan integrasi

5. Strategi Komunikasi Politik

Menurut Ardial (2010:73), Hakikat strategi dalam komunikasi politik adalah keseluruhan keputusan kondisional pada saat ini tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan politik pada masa depan. Karena pada kenyataannya keberadaan pemimpin politik sangat dibutuhkan dalam setiap aktivitas kegiatan komunikasi politik. Setelah itu, langkah yang tepat bagi seorang komunikator politik untuk mencapai tujuan politik ke depan antara lain dengan merawat ketokohan yang telah melekat pada diri komunikator politik tersebut serta memantapkan kelembagaan politiknya.

Menurut Ardial (2010: 73) ketika komunikasi politik berlangsung, justru yang berpengaruh bukan saja pesan politik, melainkan terutama siapa tokoh politik (politikus) atau tokoh aktivis dan profesional dan dari lembaga mana yang menyampaikan pesan politik itu. Dengan kata lain, ketokohan seorang komunikator politik dan lembaga politik yang mendukungnya sangat menentukan berhasil atau tidaknya komunikasi politik dalam mencapai sasaran dan tujuannya, adapun strategi-strategi komunikasi politik adalah sebagai berikut :

1. Keberadaan Pemimpin Politik

Kategorisasi kepemimpinan dapat dilakukan atas tiga kriteria, yaitu :

- Proses kepemimpinan dan karakter pemimpin
- Hasil kepemimpinan
- sumber kekuasaan.

Pertama, berdasarkan proses kepemimpinan. Artinya kepemimpinan demokratis yang menganggap kekuasaan dibagi dengan orang lain dan dilaksanakan untuk menghormati martabat pribadi manusia. Keberadaan demokrasi tidak hanya bergantung pada mekanisme penentuan pemimpin, tetapi juga bergantung pada adanya pemimpin yang berkepribadian demokratis.

Kedua, masih berkaitan dengan proses kepemimpinan. Kepemimpinan dapat juga diklasifikasi berdasarkan karakter pemimpin. Karakter politik yang dimaksud berupa seberapa aktif pemimpin dalam menunaikan tugasnya, dan seberapa tinggi pemimpin menilai tugasnya. Berdasarkan karakter politik ini, kepemimpinan dibagi menjadi empat, yaitu: pasif-positif, aktif-negatif, pasif-negatif, dan aktif-positif. Selanjutnya berdasarkan sumber kekuasaan, kepemimpinan dibagi tiga, yaitu: kepemimpinan rasional, tradisional, dan kharismatik. Kepemimpinan rasional yang bersumberkan kewenangan legal beranjak dari legalitas pola-pola peraturan normatif, dan hak orang-orang yang terpilih memiliki kewenangan berdasarkan peraturan tersebut untuk mengeluarkan perintah.

2. Ketokohan dan Kelembagaan

Langkah pertama yang dapat diambil dalam strategi komunikasi politik untuk pencitraan politik, ialah dengan cara merawat ketokohan dan memantapkan kelembagaan. Hal ini berarti bahwa dengan ketokohan seorang politikus dan kemandirian lembaga politik yang dimilikinya dalam masyarakat, akan memberikan pengaruh tersendiri dalam proses komunikasi politik. Di samping merawat ketokohan dan memantapkan kelembagaan, diperlukan pula kemampuan dan dukungan lembaga dalam menyusun pesan politik, menetapkan metode dan memilih media politik yang tepat agar proses komunikasi politik berjalan dengan baik

3. Menciptakan Kebersamaan

Langkah strategis kedua yang harus dilakukan seorang komunikator politik untuk mencapai tujuan komunikasi politik adalah menciptakan kebersamaan antara politikus dengan masyarakat (khalayak). Hal ini dilakukan dengan cara mengenal masyarakat dan menyusun pesan politik yang sesuai dengan kondisi masyarakat tersebut

4. Negosiasi

Menurut Ardial (2010:99), Dasar dalam negosiasi terangkum dalam beberapa poin antar lain :

- Dasar dan lingkup negosiasi Komunikasi bisa menjadi mudah dan bisa juga sulit, tergantung pada orang yang akan mengomunikasikan sesuatu. Negosiasi bisa menjadi bagian yang selalu muncul dalam kegiatan komunikasi politik. Negosiasi bisa

dijadikan salah satu strategi komunikasi politik. Karena dalam negosiasi penuh dengan berbagai gaya dan seni, sehingga negosiasi bisa berjalan lancar. Negosiasi sangat terkait dengan komunikasi persuasif atau komunikasi yang membujuk

- Pokok masalah yang dinegosiasikan Ardial (2010: 101) menyatakan bahwa semua permasalahan yang timbul dapat dipahami bahwa dalam bernegosiasi kebebasan mengeluarkan pikiran dan integritas kedua belah pihak mutlak menjadi syarat utama. Penempatan kedua pihak yang akan bernegosiasi dalam posisi “menang-menang” menjadi bermanfaat dalam negosiasi. Hal ini tentu akan lebih dipermudah dengan adanya persamaan kepentingan dari kedua pihak
- Mempersiapkan negosiasi. Para negoisor yang sukses memiliki tujuan umum maupun khusus dan telah menyusun rencana bagaimana mencapai tujuan tersebut sebelum berada di meja negosiasi. Dengan demikian, mereka menjadi produktif dan mengarahkan para negoisor ke arah tercapainya tujuan mereka, dan bukan semata-mata bereaksi terhadap proposal pihak lain
- Strategi, gaya, dan taktik negosiasi. Menurut Ludlow dan Panton sebagaimana dikutip oleh Ardial (2010: 103), strategi yang paling baik diterapkan dalam negosiasi adalah keefektivan dari konteks strategi yang sedang berlangsung. Hingga jika anda gagal

menemukan strategi yang tepat, anda mungkin akan menemukan kesulitan dalam mencapai hasil yang diharapkan

5. Membangun Konsensus

Langkah strategis ketiga yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan komunikasi politik yaitu membangun konsensus baik antara politikus dengan politikus dalam satu partai politik maupun antara politikus dengan politikus dari partai yang berbeda. Hal itu umumnya terjadi baik dalam rapat dan persidangan maupun dalam lobi, dengan menggunakan model komunikasi interaktif sesuai dengan paradigm interaksional (Anwar Arifin, 2006: 96)

D. Komunikasi Politik

1. Pengertian Komunikasi Politik

Komunikasi politik merupakan persilangan antara ilmu politik dan ilmu komunikasi. Pembahasan kajian ini berfokus pada proses penyampaian pesan melalui media yang juga bersifat politis. Sama seperti pesan, media dan saluran politik lainnya juga memiliki kekuatan politik. Komunikasi politik adalah adanya pertarungan antara berbagai kepentingan yang muncul dalam tindakan politik. Tindakan politik yang disebutkan merupakan tindakan menyampaikan pesan dan memilih media yang tepat agar pesan yang disampaikan tersebut efektif dan mengena. Dalam situasi politik formal, tindakan tersebut salah satunya tercermin dari kegiatan kampanye politik saat pelaksanaan pemilihan umum, (Soyomukti, 2013:01-02).

Selain melalui cara-cara formal seperti kampanye, penyampaian pesan juga dapat dilakukan dengan cara-cara tak formal seperti demonstrasi dan aksi massa. Ditengah gejolak politik yang kian memanas akibat krisis ekonomi, tindakan politik tak formal tersebut akan senantiasa hadir. Gejala-gejala semacam itu merupakan tantangan untuk menjelaskan dan mengkasi seluk beluk komunikasi politik, mulai dari proses terjadinya hingga pelaksanaannya secara sehat dan lancar. Keseluruhannya dilakukan tidak lain adalah agar proses komunikasi politik berjalan sesuai dengan tujuan-tujuan manusiawi, yaitu memanusiakan manusia, (Soyomukti, 2013:02).

Komunikasi politik ialah proses penyampaian informasi mengenai politik dari pemerintah kepada masyarakat dan dari masyarakat kepada pemerintah (Ramlan Surbakti, 2010:152).

Komunikasi politik adalah proses di mana informasi politik yang relevan diteruskan dari satu bagian sistem politik kepada bagian lainnya, dan di antara sistem-sistem sosial dengan sistem-sistem politik. Kejadian tersebut merupakan proses yang berkesinambungan, melibatkan pula dipertukaran informasi di antara individu-individu dengan kelompok-kelompoknya pada semua tingkatan masyarakat. Lagi pula tidak hanya mencakup penampilan pandangan-pandangan serta harapan-harapan para anggota masyarakat, tetapi juga merupakan sarana dengan mana pandangan dan asal-usul serta anjuran-anjuran pejabat yang berkuasa diteruskan kepada anggota-anggota masyarakat selanjutnya juga melibatkan reaksi-reaksi anggota-anggota masyarakat terhadap pandangan-pandangan dan janji serta saran-saran para penguasa. Maka komunikasi politik itu

memainkan peranan yang penting sekali di dalam sistem politik: komunikasi politik ini menentukan elemen dinamis, dan menjadi bagian menentukan dari sosialisasi politik, partisipasi politik, dan perekrutan politik (Michael Rush dan Phillip Althoff, 2008: 24).

2. Unsur-Unsur Komunikasi Politik

Menurut Rudy (2005:03), Sebagaimana unsur-unsur komunikasi pada umumnya, maka komunikasi politik terdiri dari beberapa unsur yaitu: komunikator politik, komunikan, isi komunikasi (pesan-pesan) media komunikasi, tujuan komunikasi, efek, dan sumber komunikasi. Setiap unsur jelas fungsinya, yang mengarah kepada tercapainya fungsi primer komunikasi politik yaitu tujuan komunikasi. Dalam komunikasi politik, maka fungsi primer komunikasi melembaga dengan fungsi primer negara sesuai sistem politik yang melandasinya. Adapun unsur dari komunikasi politik, adalah sebagai berikut :

1) Komunikator

Yaitu individu-individu yang berada dalam suatu instansi, asosiasi, partai politik, lembaga-lembaga pengelola media massa dan tokoh-tokoh masyarakat. Komunikator politik dapat pula berupa negara, badan-badan internasional dan mereka yang mendapat tugas atas nama negara. Komunikator politik merupakan bagian integral dalam berlangsungnya proses komunikasi. Komunikator politik yang memberi warna dominan terhadap proses komunikasi, yaitu komunikator yang menduduki struktur kekuasaan, karena merekalah yang mengelola, mengendalikan lalu lintas transformasi pesan-pesan komunikasi dan mereka yang menentukan

kebijaksanaan nasional. Karena itu sebagai komunikator politik diuntut berbagai persyaratan agar proses komunikasi mencapai sasaran sebagaimana diharapkan. Persyaratan-persyaratan yang dimaksud yaitu:

- Memiliki nuansa yang luas tentang berbagai aspek dan masalah-masalah kenegaraan.
- Memiliki komitmen moral terhadap sistem nilai yang sedang berlangsung.
- Berorientasi kepada kepentingan negara.
- Memiliki kedewasaan emosi (*emotional intelligence*)
- Jauh dari sikap hipokrit (*cognitive dissonance*)

2) Komunikasikan.

Komunikasikan adalah seseorang atau sekelompok orang sebagai subyek yang dituju oleh komunikator (pengirim/penyampai pesan), yang menerima pesan-pesan (berita, informasi, pengertian) berupa lambang-lambang yang mengandung arti atau makna isi (pesan-pesan) komunikasi.

3) Isi (pesan-pesan) komunikasi

merupakan produk penguasa setelah melalui proses encoding atau setelah diformulasikan kedalam simbol-simbol sesuai lingkup kekuasaan. Pada dasarnya isi komunikasi akan terdiri dari:

- Seperangkat norma yang mengatur lalu lintas transmisi pesan.

- Panduan dan nilai-nilai idealis yang tertuju kepada upaya mempertahankan dan melestarikan sistem nilai yang sedang berlangsung.
- Sejumlah metode dan cara pendekatan untuk mewujudkan sifat-sifat integrative bagi penghuni sistem.
- Karakteristik yang menunjukkan identitas negara.
- Motivasi sebagai dorongan dasar yang memicu pada upaya meningkatkan kualitas hidup bangsa.

4) Media Komunikasi

Dalam sistem politik yang bagaimana pun bentuk dan sifatnya, maka media komunikasi mendapat tempat yang cukup penting. Media komunikasi menjadi pusat perhatian penguasa sebagai alat untuk mendapat legitimasi rakyat didalam melakukan kebijaksanaan dan sekaligus memperkuat kedudukan penguasa melalui pesan-pesan komunikasi yang telah direpresentasikan kedalam simbol-simbol kekuasaan.

5) Tujuan komunikasi

Dalam komunikasi politik, tujuan komunikasi selalu berhimpit (bahkan melembaga) dengan tujuan negara untuk mencapai tujuan tersebut, maka sumber-sumber komunikasi dikelola secara bijak melalui perencanaan yang matang dan terarah. Sifat dan bentuk tujuan yang hendak dicapai akan sangat bergantung kepada sistem politik yang mendasarinya. Hal ini akan tampak jelas dari ideal normatif negara yang tertuang dalam ketentuan normatif masing-masing sistem.

6) Efek komunikasi

Efek adalah hasil dari penerimaan pesan atau informasi yang disampaikan oleh komunikator. Pengaruh atau kesan yang timbul setelah komunikator menerima pesan. Efek dapat berlanjut dengan pemberian respon tanggapan atau jawaban yang disebut umpan balik atau feedback. Feedback adalah arus balik yang berupa tanggapan atau jawaban dalam rangka proses komunikasi yang bertujuan untuk saling pengertian atau memperoleh kesepakatan bersama.

7) Sumber komunikasi politik

Sumber (*source*) sangat menentukan kualitas dan kredibilitas komunikasi. Sumber diartikan sebagai asal keluarnya, di peroleh atau munculnya isu, informasi yang dapat di jadikan materi pesan komunikasi. Sumber dapat berasal dari individu karena idenya yang sangat berharga, atau dapat pula bersumber dari elit politik dan dapat pula berasal dari suatu paham. Dari unsur-unsur tersebut, keberhasilan proses komunikasi pada akhirnya bermuara pada kemampuan komunikator dalam memotivasi komunikand untuk berbuat sesuatu sesuai kebijaksanaannya yang telah di tetapkan komunikasi elit berkuasa

3. Tujuan Komunikasi Politik

Menurut Ardial (2010:44), Tujuan komunikasi politik sangat terkait dengan pesan politik yang disampaikan komunikator politik. Sesuai dengan tujuan komunikasi, maka tujuan komunikasi politik itu adakalanya sekadar penyampaian informasi politik, pembentukan citra politik, pembentukan *public opinion*

(pendapat umum) dan bisa pula menghandel pendapat atau tuduhan lawan politik. Selanjutnya komunikasi politik bertujuan menarik simpatik khalayak dalam rangka meningkatkan partisipasi politik saat menjelang pemilihan umum atau pemilihan kepala daerah. Adapun tujuannya adalah sebagai berikut :

a. Membangun Citra Politik

Salah satu tujuan komunikasi politik adalah membangun citra politik yang baik bagi khalayak. Citra politik itu terbangun atau terbentuk berdasarkan informasi yang kita terima, baik langsung maupun melalui media politik, termasuk media massa yang bekerja untuk menyampaikan pesan politik yang umum dan aktual (Anwar, 2006: 1).

b. Membentuk dan Membina Pendapat Umum

Pembentukan pendapat umum dalam komunikasi politik, sangat ditentukan oleh peranan media politik terutama media massa. Memang pers, radio, film dan televisi, selain memiliki fungsi memberi informasi, mendidik, menghubungkan dan menghibur, juga terutama membentuk citra politik dan pendapat umum yang merupakan dimensi penting dalam kehidupan politik (Anwar, 2006: 11). Setiap sistem politik mengembangkan jaringan komunikasi politiknya sendiri, dan mengakui pentingnya sumber-sumber khusus; sedang saluran-saluran dan para pendengar akan berbeda menurut jenis media yang digunakan

c. Mendorong Partisipasi Politik

Partisipasi politik sebagai tujuan komunikasi politik dimaksudkan agar individu-individu berperan serta dalam kegiatan politik (partisipasi

politik), (Anwar, 2006: 11). Sehingga salah satu bentuk partisipasi politik yang penting adalah ketika seseorang (khalayak) mau memberikan suaranya untuk seorang politikus maupun partai politik tertentu dalam pemilihan umum

4. Dampak Komunikasi Politik

Dampak komunikasi politik seperti citra politik dan pendapat umum serta efek distribusi partisipasi politik yang dapat diukur adalah hasil pemungutan suara dalam pemilihan umum. Strategi komunikasi politik yang harus digunakan ialah merawat ketokohan sebagai pahlawan politik, membesarkan partai, menciptakan kebersamaan, serta membangun konsensus berdasarkan visi, misi dan program politik yang jelas. Kegiatan pemilihan umum yang berkaitan langsung dengan komunikasi politik ialah kampanye dan pemungutan suara. Kampanye pemilihan umum merupakan suatu usaha untuk mempengaruhi rakyat secara persuasif (tidak memaksa) dengan melakukan kegiatan retorika, public relations, komunikasi massa, lobby dan lain-lain kegiatan. Meskipun agitasi dan propaganda di negara demokrasi sangat dikecam, namun dalam kampanye pemilihan umum, teknik agitasi dan teknik propaganda banyak juga dipakai oleh para kandidat atau politikus selaku komunikator politik (Anwar Arifin, 2006: 39-40).

Sesuai dengan penjelasan di atas tentang dampak komunikasi politik dapat diambil kesimpulan bahwa, dampak komunikasi politik seperti citra politik dan pendapat umum, serta efek distribusi partisipasi politik yang dapat diukur ialah melalui hasil pemungutan suara dalam pemilihan umum

E. Pengertian Pilkada

Pemilihan Kepala Daerah (PILKADA) merupakan rekrutmen politik yaitu penyeleksian rakyat terhadap tokoh-tokoh yang mencalonkan diri sebagai Kepala Daerah, baik Gubernur/Wakil Gubernur maupun Bupati/Wakil Bupati atau Walikota/ Wakil Walikota. Kepala Daerah adalah jabatan politik atau jabatan publik yang bertugas memimpin birokrasi menggerakkan jalannya roda pemerintahan. Fungsi-fungsi pemerintahan terbagi menjadi perlindungan, pelayanan publik, dan pembangunan. Kepala Daerah menjalankan fungsi pengambilan kebijakan atas ketiga fungsi pemerintahan tersebut. Dalam konteks struktur kekuasaan, Kepala Daerah adalah kepala eksekutif di daerah.

(www.kajianpustaka.com/2016/11/pemilihan-kepala-daerah-pilkada/dikutip/07-05-2018)

Pilkada diselenggarakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi dan KPU Kabupaten/Kota dengan diawasi oleh Panitia Pengawas Pemilihan Umum (Panwaslu) Provinsi dan Panwaslu Kabupaten/Kota. Sedangkan Khusus untuk daerah Aceh, Pilkada diselenggarakan oleh Komisi Independen Pemilihan (KIP) dengan diawasi oleh Panitia Pengawas Pemilihan Aceh (Panwaslih Aceh). Pengertian Lain tentang Pilkada adalah Pemilihan Gubernur dan pemilihan Bupati/Walikota yang merupakan sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat di provinsi dan Kabupaten/Kota untuk memilih Gubernur dan Bupati/Walikota berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Dalam penyelenggaraan PILKADA telah diatur dalam Undang-Undang berikut adalah Dasar Hukum Penyelenggaraan PILKADA yang antara lain adalah sebagai berikut :

1. Undang-undang (UU) Nomor: 32 tentang Pemerintah Daerah
2. Undang-undang (UU) Nomor: 32 tentang Penjelasan Pemerintahan Daerah
3. Peraturan Pemerintah (PP) Nomor: 17 tentang PERUBAHAN ATAS PERATURAN PEMERINTAH NOMOR 6 TAHUN 2005 TENTANG PEMILIHAN, PENGESAHAN PENGANGKATAN, DAN PEMBERHENTIAN KEPALA DAERAH DAN WAKIL KEPALA DAERAH
4. PP Pengganti UU Nomor: 3 tentang PERPU NO 3 TAHUN 2005

(seputarpengertian.blogspot.co.id/2015/11/pengertian-pilkada-atau-pemilukada/dikutip/07-05-2018)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis, (Sugiyono 2015: 18-19).

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai penulis untuk riset penelitian skripsinya adalah jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif dinamakan sebagai metode baru, karena popularitasnya belum lama, dinamakan metode postpositivistik karena berlandaskan pada filsafat postpositivisme. Jenis penelitian ini juga disebut sebagai metode artistic, karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang terpolah) dan disebut juga sebagai penelitian interpretive, karena data hasil penelitian lebih

berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan, (Sugiyono, 2017:14).

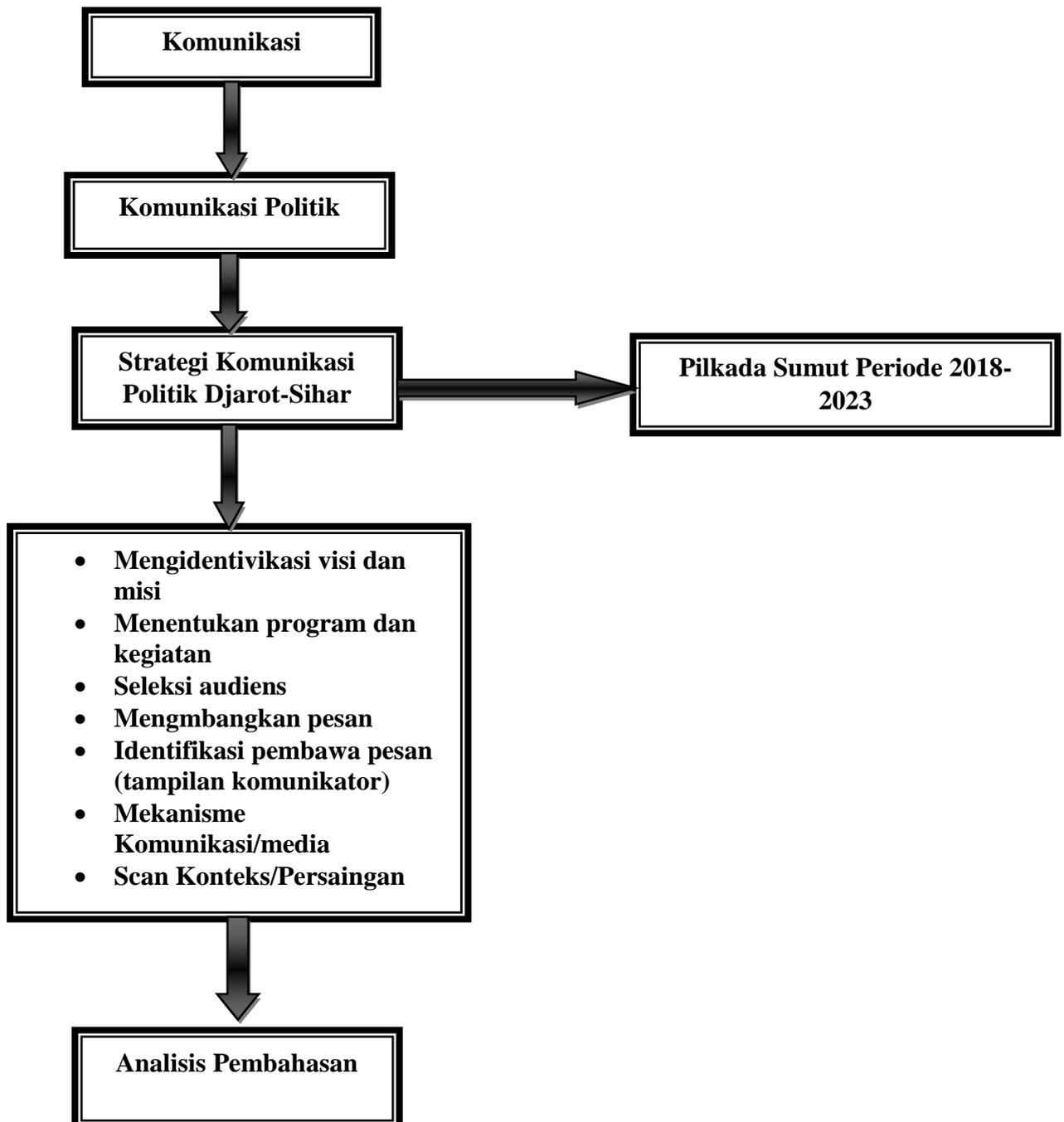
Penelitian kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai peristiwa realitas yang tengah terjadi di masyarakat, dan berupaya menarik realitas itu kepermukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda atau gambaran tentang kondisi, situasi ataupun peristiwa tertentu (Bungin, 2006: 68).

2. Kerangka Konsep

Seorang peneliti harus menguasai teori-teori ilmiah sebagai dasar dari argumentasi dalam menyusun kerangka konsep atau kerangka pemikiran yang membuahkan hipotesis. Kerangka konsep atau kerangka pemikiran ini merupakan penjelasan sementara terhadap kriteria utama agar suatu kerangka konsep bisa meyakinkan sesama alur-alur pemikiran yang logis dalam membangun suatu kerangka berfikir yang membuahkan kesimpulan atau hipotesis, Sugiyono (2010:60).

Kerangka konsep adalah sebuah kerangka berfikir yang dijadikan sebagai landasan dalam momentum perspektif penelitian. Kerangka konsep merupakan hasil pemikiran yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang akan dicapai. Kerangka konsep disusun sebagai perkiraan teoritis dan yang akan dicapai setelah analisa secara kritis berdasarkan persepsi yang dimiliki, (Nawawi 2005: 43). Adapun kerangka konsep dalam penelitian ini yaitu menggambarkan melalui bagan sebagai berikut:

Gambar 3.1.
Kerangka Konsep



Sumber Data : Uraian Teoritis 2018

3. Definisi Konsep

Adapun keterangan dari gambar kerangka konsep diatas, adalah sebagai berikut : dimulai dengan beberapa poin, antara lain sebagai berikut :

- a) Mengidentifikasi visi dan misi adalah Visi merupakan cita-cita ideal jangka panjang yang dapat dicapai oleh komunikasi. Rumusan visi biasanya terdiri dari “beberapa kata” yang mengandung tujuan, saran dan cita-cita ideal komunikasi. Dan rumusan itulah akan dirumuskan misi yang menjabarkan cita-cita ideal ini.
- b) Menentukan program dan kegiatan adalah serangkaian aktifitas yang harus dikerjakan. Program dan kegiatan merupakan penjabaran dan misi.
- c) Menentukan tujuan dan hasil adalah Setiap program atau kegiatan biasanya mempunyai tujuan dan hasil yang akan diperoleh. Biasanya para perumus kebijakan membuat definisi tentang tujuan dan hasil yang akan dicapai.
- d) Seleksi audiens yang menjadi sasaran, adalah Perencana komunikasi menentukan kategori audiens yang menjadi sasaran komunikasi.
- e) Mengembangkan pesan adalah Kriterianya adalah semua pesan yang dirancang sedapat mungkin memiliki isi (*content*) khusus yang jelas, persuasif, dan merefleksikan nilai-nilai audiens, tampilan isi yang dapat memberikan solusi bagi masyarakat atau menentukan tindakan tertentu.
- f) Identifikasi pembawa pesan (tampilan komunikator), adalah Kriteria komunikator antara lain kredibilitas, kredibilitas dalam ilmu pengetahuan, keahlian, profesional dan keterampilan yang berkaitan dengan isu tertentu.

- g) Mekanisme komunikasi/media, adalah Kriterianya adalah memilih media yang dapat memperlancar mekanisme pengiriman dan pengiriman balik atau pertukaran informasi. Kriteria media adalah media yang mudah diakses atau yang paling disukai audiens. Misalnya melalui radio, koran dan leaflet.
- h) Scan konteks dan persaingan, adalah Kriterianya adalah menghitung resiko dan konteks yang akan mempengaruhi strategi komunikasi, misalnya menghitung peluang untuk memenangkan persaingan dengan merebut hati audiens.

4. Kategorisasi Penelitian

Kategorsasi penelitian dibuat agar wawancara riset penelitian penulis tidak lari dari jalur dan sesuai dengan judul skripsi penulis. Adapun katagorisasi penelitian penulis adalah sebagai berikut :

- a) Untuk mengetahui visi dan misi dari strategi komunikasi politik pasangan Calon Gubernur Djarot-Sihar Sitorus pada pemilihan Kepala Daerah Sumatera Utara 2018-2023.
- b) Untuk mengetahui apa-apa saja program dan kegiatan yang dilaksanakan pasangan Calon Gubernur Djarot-Sihar Sitorus pada pemilihan Kepala Daerah Sumatera Utara 2018-2023.
- c) Untuk mengetahui tujuan dan hasil dari strategi komunikasi politik yang dilakukan pasangan Calon Gubernur Djarot-Sihar Sitorus pada pemilihan Kepala Daerah Sumatera Utara 2018-2023.

- d) Untuk mengetahui siapa sasaran (seleksi audiens) dari strategi komunikasi politik pasangan Calon Gubernur Djarot-Sihar Sitorus pada pemilihan Kepala Daerah Sumatera Utara 2018-2023.
- e) Untuk mengetahui pesan-pesan seperti apa yang disampaikan ke massa pasangan Calon Gubernur Djarot-Sihar Sitorus pada pemilihan Kepala Daerah Sumatera Utara 2018-2023.
- f) Untuk mengetahui siapa saja tampilan komunikator (tim sukses) yang mendukung strategi komunikasi politik pasangan Calon Gubernur Djarot-Sihar Sitorus pada pemilihan Kepala Daerah Sumatera Utara 2018-2023.
- g) Untuk mengetahui mekanisme komunikasi atau media apa saja yang dipakai pada strategi komunikasi politik pasangan Calon Gubernur Djarot-Sihar Sitorus pada pemilihan Kepala Daerah Sumatera Utara 2018-2023.
- h) Untuk menjadi bahan perbandingan (scan konteks) strategi komunikasi politik dengan pasangan Calon Gubernur Djarot-Sihar Sitorus pada pemilihan Kepala Daerah Sumatera Utara 2018-2023.

5. Narasumber Penelitian

Yang menjadi narasumber penelitian penulis adalah tim sukses pasangan Cagub Djarot-Sihar Sitorus pada pilkada Sumut Periode 2018-2023 yang berjumlah 5 orang.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam teknik penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai sumber dan cara., Sugiyono (2010:225).

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian keperustakaan

Penelitian ke perpustakaan adalah penelitian yang mempelajari dan mengumpulkan data-data literatur serta sumber bacaan yang relevan dan mendukung penelitian ini.

2. Penelitian lapangan

Penelitian lapangan yaitu mengumpulkan data lapangan melalui teknik wawancara dengan mengajukan pertanyaan.

Selain itu, teknik pengumpulan data juga dilakukan dengan cara :.

- a. Wawancara disini terbagi menjadi dua macam yakni wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Wawancara terstruktur adalah teknik pengumpulan data yang mana bila peneliti data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Sedangkan wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.
- b. Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang telah berlalu yang berbentuk gambar, tulisan ataupun karya-karya monumental dari seseorang yang dapat menambah pengetahuan dan wawasan terhadap penelitian, Sugiyono (2010:225).

7. Teknik Analisis Data

Penganalisaan data kualitatif diawali dengan analisis berbagai data yang berhasil dihimpun dari lapangan penelitian. Data tersebut dikumpulkan baik melalui observasi, wawancara mendalam (*indept interview*) maupun berupa dokumen-dokumen penting yang mendukung penelitian. Keseluruhan data diklasifikasikan kedalam beberapa kategori-kategori tertentu.

Pengklasifikasian data ini dengan mempertimbangkan kemurnian/kebenaran data (kevalidtan), dengan senantiasa memperhatikan kompetensi subjek penelitian dan tingkat autentitasnya (Kriyantono, 2009:194).

Dalam penelitian analisis data dan pengolahan data sebagai berikut :

- a. Penyeleksian data, pemeriksaan kelengkapan dan kesempurnaan data serta kejelasan data.
- b. Reduksi data/pembentukan abstraksi dengan data yang ada seperti observasi, wawancara dan inti sari dokumen.
- c. Klasifikasi data yaitu mengelompokkan data dan dipilah-pilah sesuai dengan jenisnya.
- d. Penyajian data melalui proses pencatatan, pengetikan, penyuntingan dan disusun kedalam bentuk teks yang diperluas.
- e. Penarikan kesimpulan atau verifikasi.

8. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian penulis berlokasi di jalan Hayam Wuruk Nomor 11 Kantor DPD PDIP Medan dan Posko pemenangan Pasangan Djarot-Sihar Sitorus

yang berlokasi di jalan Sekip Baru Nomor 26, Kantor DPC PDIP Medan. Sedangkan waktu penelitian dilakukan pada tanggal 20-24 September 2018 pada pukul 13.00 WIB sampai dengan selesai.

2. Sejarah Terbentuknya Partai PDI-P

Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) lahir setelah adanya peristiwa 27 Juli 1996. Sebelumnya bernama Partai Demokrasi Indonesia (PDI). Peristiwa 27 Juli ini merupakan puncak perseteruan antara kubu Megawati Soekarnoputri dengan Soerjadi (Ketua Umum versi Kongres di Medan).

Pada saat itu, kantor DPP PDI yang dikuasai pendukung Megawati Soekarnoputri di Jalan Diponegoro 58 Jakarta Pusat berusaha dikuasai secara paksa oleh pendukung Soerjadi dengan dibantu kepolisian dan TNI. Peristiwa ini kemudian berkembang luas menjadi kerusuhan dan menyebabkan banyaknya korban jiwa.

Berdasarkan dokumen dari laporan akhir Komisi Nasional Hak Asasi Manusia (Komnas HAM) menyebut pertemuan tanggal 24 Juli 1996 di Kodam Jaya dipimpin oleh Kasdam Jaya Brigjen Susilo Bambang Yudhoyono (SBY). Hadir pada rapat itu adalah Brigjen Zacky Anwar Makarim, Kolonel Haryanto, Kolonel Joko Santoso, dan Alex Widya Siregar. Dalam rapat itu, Susilo Bambang Yudhoyono memutuskan penyerbuan atau pengambilalihan kantor DPP PDI oleh Kodam Jaya.

Marhaenisme dipilih sebagai ideologi PDIP dengan Pancasila sebagai azasnya. Partai ini juga mempunyai organisasi sayap, seperti Badan Penanggulangan Bencana (Baguna) Relawan Perjuangan Demokrasi (Repdem),

Banteng Muda Inonesia (BMI), Taruna Merah Putih, dan Baitul Muslimin Indonesia (Bamusi).

Dalam menjalankan roda organisasi, partai ini mempunyai Visi-Misi sebagai berikut: Bahwa sesungguhnya cita-cita luhur untuk membangun dan mewujudkan Indonesia yang merdeka, berdaulat, bersatu, demokratis, adil, dan makmur serta berkeadaban dan berketuhanan sebagaimana termaktub dalam Pembukaan UUD 1945 merupakan cita-cita bersama dari seluruh rakyat Indonesia. Sebagai Partai Ideologis berasaskan Pancasila 1 Juni 1945, PDIP berperan aktif dalam usaha-usaha untuk mencapai cita-cita bersama di atas. Untuk itu, PDIP berketetapan menjadi alat perjuangan dan pengorganisasian rakyat. Sebagai alat rakyat, PDIPbertugas untuk;

Pertama, mewujudkan amanat penderitaaan rakyat sebagaimana termaktub dalam cita-cita Negara Proklamasi 17 Agustus 1945. Kedua, menjaga dan melaksanakan Pancasila 1 Juni 1945 sebagai dasar dan arah berbangsa dan bernegara, sebagai sumber inspirasi, harapan bagi rakyat, sebagai norma pengatur tingkah laku kebijakan, kelembagaan dan anggota partai serta dan sebagai cermin dari keseluruhan jati diri partai.

Ketiga, mengantarkan Indonesia untuk berdaulat dalam bidang politik, berdikari dalam bidang ekonomi, dan berkepribadian dalam kebudayaan sebagai syarat-syarat minimum bagi perwujudan cita-cita bersama bangsa di atas. Dalam perjuangan mewujudkan cita-cita bersama bangsa, PDIP melaksanakannya melalui pengorganisasian dan perjuangan rakyat untuk mencapai kekuasaan

politik dan mempengaruhi kebijakan dengan cara-cara damai, demokratis, dan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Mewujudkan cita-cita proklamasi kemerdekaan 17 Agustus 1945 sebagaimana dimaksud dalam pembukaan UUD negara Republik Indonesia 1945. Membangun masyarakat Pancasila 1 Juni 1945 dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia yang merdeka, berdaulat, bersatu, demokratis, adil, dan makmur. Selain itu, menghimpun dan membangun kekuatan politik rakyat, memperjuangkan kepentingan rakyat di bidang politik, ekonomi, sosial, dan budaya secara demokratis serta berjuang mendapatkan kekuasaan politik secara konstitusional guna mewujudkan pemerintahan yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia.

Berdasarkan hasil proses verifikasi administrasi dan faktual, PDIP dinyatakan lolos dan menjadi partai politik (parpol) peserta Pemilu 2014. Dalam proses undi nomor urut parpol di Komisi Pemilihan Umum (KPU) memperoleh nomor empat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Penyajian Data

Pada BAB IV ini peneliti memaparkan fokus dari penelitian ini yaitu “Strategi Komunikasi Politik Pasangan Calon Gubernur Djarot dan Sihar Sitorus Pada Pilkada Sumut Tahun 2018”, yang sesi wawancara dilakukan pada hari Senin, tanggal 20-24 september 2018 pada pukul 13.00 WIB sampai dengan selesai. Dimana penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (natural setting), (sugiyono,2013). Pada penelitian kualitatif, peneliti dituntut dapat menggali data berdasarkan apa yang diucapkan, dirasakan dan dilakukan oleh sumber data. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai peristiwa realitas yang tengah terjadi di masyarakat, dan berupaya menarik realitas itu kepermukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda atau gambaran tentang kondisi, situasi ataupun peristiwa tertentu Adapun deskripsi narasumber penelitian penulis adalah sebagai berikut :

1. Bapak Drs. H. Jumiran Abdi, Ketua Tim Pemenangan Djarot-Sihar Sitorus
2. Bapak Mangapul Purba, SE, Wakil ketua bidang pemenangan Pemilu
3. Bapak Drs. Soetartto, MSi, Sekretaris DPD PDIP Sumut
4. Bapak Hasyim, SE, Ketua DPC PDIP Kota Medan

5. Bapak Drs. Jhon Andreas Purba, Kepala Badan Pemenangan Pemilu PDI Perjuangan Kota Medan.

B. Hasil Penelitian

1. Informan I (Bapak Drs. H. Jumiran Abdi, Ketua Tim Pemenangan Djarot-Sihar Sitorus)

Menurut Beliau, visi dan misi dari Tim Pemenganan Djarot-Sihar adalah menjadikan Sumut lebih transparan dalam hal keuangan dan membuat segala urusan dengan masyarakat menjadi lebih mudah. Untuk proses penerapannya, Beliau menjawab bahwa dikarenakan pasangan Djarot-Sihar kalah dalam pemilihan, maka penerapan dari visi dan misi tidak dapat diterapkan. Hanya dapat menjelaskan saja kepada masyarakat jika ada yang bertanya. Program dan kegiatan yang dilakukan selama kampanye kemarin adalah selalu melakukan silaturahmi dengan masyarakat, memberikan gagasan, pencerahan kepada masyarakat yang membutuhkan saran dan masukan serta memberikan pengarahan bagaimana agar Sumut menjadi lebih baik lagi.

Ketika di tanya perihal apakah ada program yang gagal sewaktu kampanye, Beliau menjawab tidak. Kekalahan bukan karena kegagalan program sewaktu kampanye. Menurutnya tingkat pemilihan masyarakat bukan lagi dengan program kerja, melainkan melalui tingkat identitas. Djarot yang posisinya bukan anak Medan lebih sedikit pemilihnya dikarenakan ia dari luar Medan. pemilihan di Sumut menurutnya lebih terkesan karena siapa keluarganya, siapa temannya, siapa koleganya, rekan kerjanya dan agamanya. Hal ini sudah dapat dilihat bahwa Cagub Djarot-Sihar akan kalah banyak.

Untuk masalah berapa persen program kerja yang sudah terlaksana, Beliau menjawab tidak ada persenan dikarenakan Cagub Djarot-Sihar kalah dalam pemilihan. Persenan program kerja baru dapat di kalkulasikan ketika program kerja sudah terlaksana dengan baik. Strategi yang dilakukan tim pemenangan dalam memaksimalkan tujuan dan program kampanye adalah dengan selalu menjaga silaturahmi yang baik dengan masyarakat, berbicara dan berdialog dengan masyarakat, dan selalu berusaha mendengarkan harapan-harapan masyarakat.

Untuk target masyarakat yang dilakukan posko/tim pemenangan, sudah pasti targetnya segala jenis kalangan masyarakat yang tinggal di Sumatera Utara. Namun pada kenyataannya masyarakat belum merasa yakin dengan Cagub Djarot-Sihar pada Pemilu 2018 ini. Cara untuk meyakinkan masyarakat, seperti yang sudah dikatakan sebelumnya adalah selalu melakukan silaturahmi dan berdialog dengan masyarakat dan mendengarkan keluhan dan harapan masyarakat untuk Sumatera Utara yang lebih maju.

Untuk komunikasi yang dilakukan pasangan Cagub Djarot-Sihar dalam melakukan kampanye sudah pasti komunikasi yang bersifat langsung dan non formal. Hal ini dilakukan agar masyarakat tidak merasa terbebani dengan merasa nyaman. Dalam silaturahmi dan kampanye, Beliau menuturkan pasangan Djarot-Sihar selalu memberikan pesan-pesan yang baik, seperti harus selalu menegakkan kebenaran, jangan takut untuk berkata jujur dan lain sebagainya.

Tampilan pasangan Cagub Djarot-Sihar dalam melakukan kampanye dan silaturahmi dengan masyarakat juga tidak dapat dikatakan mencolok. Lebih santai

dan sederhana, begitupun dengan tim pemenangannya. Hal ini ditujukan agar sesama masyarakat dapat sama-sama membaur tanpa ada batasan dan status sosial. Agar proses silaturahmi dan komunikasi dengan masyarakat dapat berlangsung global. Pasangan Cagub Djarot-Sihar juga memakai media lain seperti media cetak dan elektronik. Hal ini ditujukan agar masyarakat yang tidak dapat terjangkau bisa mendengarkan program kerja dan kampanye damai pasangan Cagub Djarot-Sihar. Media dipilih karena pada perkembangan zaman ini, hampir semua kalangan masyarakat lebih tertarik dengan media, khususnya media sosial.

2. Informan II (Bapak Mangapul Purba, SE (Wakil Ketua Bidang Pemenangan Pemilu)

Menurut Beliau, visi dan misi dari posko pemenangan pasangan Cagub Djarot-Sihar adalah mengemukakan amanah partai PDIP terkait pasangan cagub untuk membuat perubahan nyata di Sumatera Utara serta membuat perubahan untuk rakyat-rakyat kecil agar bebas korupsi, menjadi pintar, bebas makan dan lain sebagainya. Beliau juga mengatakan bahwa penerapan dari visi dan misi tersebut tidak bisa diterapkan kepada masyarakat dikarenakan pasangan cagub Djarot-Sihar kalah dalam pemilu 2018 kemarin.

Selama kampanye berlangsung, program-program kampanye yang dilaksanakan posko pemenangan cagub Djarot-Sihar adalah bersosialisasi dengan masyarakat serta mengunjungi tokoh-tokoh masyarakat di daerah-daerah per Kabupaten Kota di Sumatera Utara. Menurut Beliau, program-program tersebut tidak mengami kegagalan, namun identitas Djarot sendiri yang notabennya bukan

warga asli Kota Sumatera Utara yang membuat kampanye ini menjadi sulit untuk dimenangkan. Tetapi posko pemenangan Djarot-Sihar tetap menghormati setiap keputusan masyarakat. Karena inti dari ini semua adalah untuk Sumatera Utara yang lebih baik lagi kedepannya.

Menurut Beliau, tujuan dari kampanye yang dilakukan posko pemenangan pasangan cagub Djarot-Sihar mencapai 80%. Hal ini sudah mendekati maksimal, dikarenakan menurut Beliau, kampanye mereka adalah kampanye yang bersih, jujur, dengan tim yang solid dan tidak memakai uang. Kalaupun ada uang yang terpakai itu hanya sebatas untuk akomodasi, makan dan minum tim dan ketika ada hari-hari besar seperti hari raya idul adha dll pihak posko pemenangan memberikan santunan saja seperti kain sarung dan jilbab. Strategi yang paling utama dilakukan dalam melakukan kampanye dengan masyarakat adalah selalu berusaha melakukan pertemuan dengan masyarakat sesering mungkin, tidak memberikan janji-janji yang terlalu tinggi dan muluk-muluk serta selalu berusaha mendengarkan apa saja harapan dan keluhan masyarakat.

Untuk masalah seleksi audiens, posko pemenangan pasangan cagub Djarot-Sihar tidak membuat seleksi audiens. Tidak ada target tertentu. Semua perjuangan yang dilakukan adalah untuk masyarakat Sumatera Utara. Usaha dalam meyakinkan masyarakat juga telah upaya dilakukan oleh posko pemenangan. Partai PDI-P memilih Djarot sebagai calon Gubernur dikarenakan Beliau adalah orang yang berpengalaman dalam memimpin daerah-daerah. Ia pernah menjadi wakil Walikota, wakil Gubernur dan Djarot di nyatakan bersih di dalam KPK serta tidak pernah tersangkut masalah-masalah hukum lainnya. Hal inilah yang

menjadi pertimbangan untuk menjadikan Djarot sebagai calon Gubernur Sumatera Utara.

Komunikasi yang dilakukan tim posko pemenangan maupun cagub Djarot-Sihar sendiri adalah lebih kepada komunikasi langsung. Berusaha selalu bertemu dengan semua jenis kalangan masyarakat dan berbaur dengan mereka. Menggunakan komunikasi yang non formal, tidak mengkait-kaitkan dengan agama, suku, ras, etnis dan lain sebagainya. Semuanya sama untuk seluruh masyarakat di setiap Kabupaten Kota Sumatera Utara.

Tampilan tim posko pemenangan maupun pasangan cagub Djarot-Sihar sendiri tidak muluk-muluk. Lebih terkesan biasa saja. Dengan pakaian yang rapi saja. Tidak harus seragam, memakai baju partai dan sejenisnya. Kemudian selain terjun langsung, ada juga media yang dipakai dalam berkampanye. Hal ini dilakukan karena media sangat berpengaruh dan mempunyai peran yang sangat besar. Beliau mengatakan, yang akan dihadapi dan dilakukan kampanye untuk sekitar 9 juta masyarakat, tidak mungkin sosialisasi akan berjalan maksimal tanpa adanya bantuan dari media, khususnya media massa dan media sosial.

Sampai saat ini hubungan antara pasangan cagub Djarot-Sihar dan Eramas baik-baik saja. Tim posko pemenangan bersikap sportif dan menerima kekalahan. Tidak dijadikan alasan untuk ribut. Karena ini adalah keputusan masyarakat, semua hal terkait harus dihormati dan dihargai. Beliau juga mengatakan, kekalahan pasangan cagub Djarot-Sihar terjadi bukan karena kegagalan. Jika ada pemilihan sudah pasti akan ada yang menang dan kalah. Kalaupun ada kekuarangan adalah cagub Djarot adalah masyarakat impor yang dikirim ke

Sumatera Utara untuk menjadi Gubernur, kemudian adanya isu sara seperti politik identitas.

3. Informan III (Bapak Drs. Soetartto, MSi, Sekretaris DPD PDIP Sumut)

Menurut Beliau, visi dan misi dari posko pemenangan tim pasangan cagub Djarot-Sihar adalah menjadikan Sumatera Utara menjadi lebih baik serta mencerdaskan anak bangsa, memberantas kemiskinan serta mensejahterakan masyarakat Sumatera Utara. Penerapan visi dan misi tersebut tidak dapat di terapkan kepada masyarakat dikarenakan pasangan cagub Djarot-Sihar kalah pada pemilu 2018 kemarin.

Adapun program dan kegiatan pada saat kampanye berlangsung yakni mengupayakan kesejahteraan masyarakat dengan mensosialisasikan program-program kerja pasangan cagub Djarot-Sihar, yakni membuat kartu Sumut sehat, membuat kartu Sumut Pintar, pemberdayaan ekonomi masyarakat, menyelesaikan dan memperbaiki infrastruktur seperti jalan, kunjungan ke pelabuhan, irigasi dan lain sebagainya. Hal ini di menjadi acuan program dikarenakan agar Sumatera Utara bersinergi dengan program Nasional (program Presiden Bapak Jokowi-Jk) serta membenahi koperasi masyarakat untuk meningkatkan UMKM. Program-program ini selalu di sosialisasikan ketika pasangan cagub Djarot-Sihar melakukan kampanye dengan masyarakat.

Strategi yang dilakukan agar program-program tersebut dapat terlaksana dan mendapat kepercayaan dari masyarakat adalah dengan menjelaskan kepada masyarakat bagaimana hasil yang akan dicapai ketika program ini dapat terlaksana. Keuntungan-keuntungan yang didapat jika program terlaksana dan

sebagainya. Berbicara masalah tujuan dan hasil, Beliau menegaskan bahwa tujuan dan hasil tidak dapat ia takar dengan ukuran presentase dikarenakan pasangan cagub Djarot-Sihar kalah dalam kampanye.

Untuk masyarakat yang menjadi target dari kampanye pasangan Djarot-Sihar, Beliau menjelaskan bahwa tidak ada target khusus untuk masyarakat tertentu. Masyarakat Sumut itu heterogen (multi etnis, ras). Bagian dari segmen yang harus ditemui adalah para tokoh-tokoh masyarakatnya. Merangkul semua etnis dan agama adalah pencapaian target pasangan cagub Djarot-Sihar yang sebenarnya. Agar semua kalangan masyarakat percaya, untuk sosialisasi dan silaturahmi serta saling mengenal lebih dalam di tujuan kepada tokoh-tokoh politik serta komunitas masyarakat per Kabupaten Kota Sumatera Utara. Bertemu dan menyapa serta berkomunikasi secara non formal dan santai. Kemudian, sasaran target berikutnya adalah para masyarakat yang berada di pasar tradisional dengan cara blusukan kepasar-pasar serta mempertanyakan apa saja harapan-harapan para masyarakat kecil dan memberikan solusi yang tepat.

Penampilan komunikator (tim posko pemenangan dan pasangan cagub Djarot-Sihar) diharuskan selalu rapi dan bersih. Kemudian dari segi sikap juga seluruh tim posko pemenangan harus bersikap rendah hati, sopan, ramah tamah dan tidak bersikap kasar. Dikarenakan sikap tim posko pemenangan juga menjadi nilai hitung untuk pasangan cagub Djarot-Sihar dalam pemilu 2018 kemarin. Untuk cara komunikasi yang dilakukan tim posko pemenangan adalah berkomunikasi yang lebih baik, elegan dan sopan serta non formal.

Untuk media yang digunakan, Beliau menjawab media lain adalah media cetak dan elektronik. Hal ini dilakukan agar masyarakat yang tidak dapat dijangkau dapat melihat informasi terkait pasangan cagub Djarot-Sihar. Menurut Beliau, kehadiran media juga sangat membantu dalam proses kampanye. Tanpa adanya media, kampanye tidak akan bisa sukses seratus persen.

Jika berbicara hubungan baik dengan saingan didalam pemilu 2018 yakni Eramas, Beliau menuturkan bahwa tidak ada persaingan kotor atau rasa tidak senang. Tim posko pemenangan Djarot-Sihar begitupun dengan pasangan cagub sangat menghargai setiap pilihan masyarakat serta menghormati keputusan dengan lapang dada. Hal terpenting adalah mereka sudah berusaha maksimal untuk meningkatkan kualitas hidup Sumatera Utara. Beliau juga mengatakan, bahwa mereka mendukung segala program kerja Eramas untuk kemajuan masyarakat Sumatera Utara.\

4. Informan IV (Bapak Hasyim, SE, Ketua DPC PDIP Kota Medan)

Menurut Beliau, visi dan misi dari tim posko pemenangan pasangan cagub Djarot-Sihar adalah mensejahterakan masyarakat Sumatera Utara. Penerapan pada visi misi tersebut tidak bisa dilakukan karena pasangan cagub Djarot-Sihar kalah pada pemilu 2018.

Kemudian program kerja yang dilakukan dalam kampanye untuk mendukung pasangan cagub Djarot-Sihar adalah melakukan kegiatan yang bersifat sosial seperti sunat masal, acara isra' mi'raj serta pada saat bulan puasa ramadhan, setiap posko pemenangan mengadakan pos untuk berbuka puasa. Kekalahan suara pada saat *quick count* bukanlah kegagalan dari program kerja kampanye yang sudah

dilakukan..tetapi lebih kepada masyarakat yang kurang yakin dan percaya dengan Djarot yang notabennya bukan masyarakat Sumatera Utara serta adanya isu sara politik identitas.

Tujuan dan hasil yang dicapai pada kampanye pemilu 2018 juga tidak mencapai tujuan dan hasil yang maksimal. Hasil yang maksimal didapat ketika pasangan cagub Djarot-Sihar menang dalam pemilu 2018. Namun, pada kenyataannya tidak. Namun tujuan kampanye dan sosialisasi keseluruhan masyarakat Sumatera Utara sudah dalam hasil yang maksimal. Kemudian strategi yang dilakukan untuk kelancaran tujuan kampanye adalah selalu melakukan sosialisasi ke semua kalangan masyarakat, mengunjungi pasar-pasar tradisional, hadir dalam kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh komunitas-komunitas yang ada di Sumatera Utara, merangkul masyarakat, menjelaskan visi dan misi setiap harinya serta mengunjungi tokoh-tokoh masyarakat.

Berbicara masalah target masyarakat yang menjadi sasaran kampanye, Beliau menegaskan tidak ada target tertentu. Setiap masyarakat yang ada di Sumatera Utara adalah target dari tim posko pemenangan. Tidak ada perbedaan ras, etnis, suku atau agama yang menjadi target khusus. Semua sama untuk tujuan yang sama. Untuk meyakinkan masyarakat, hal atau program yang dilakukan adalah menjelaskan tiga kartu yang menjadi program utama yakni kartu pintar, kartu sehat dan kartu sejahtera.

Komunikasi yang dipakai pada kampanye pasangan cagub Djarot-Sihar adalah komunikasi tatap muka dengan masyarakat. Hal ini dianggap paling efisien dikarenakan pasangan cagub Djarot-Sihar dapat bertemu langsung dan berbicara

dengan semua kalangan masyarakat. Pesan-pesan yang selalu disampaikan adalah bagaimana program kerja kartu sehat kartu pintar dan kartu sejahtera itu digunakan dan manfaatnya untuk masyarakat.

Untuk tampilan tim pemenangan dan pasangan cagub Djarot-Sihar, Beliau menjelaskan tampilan luar (pakaian) disesuaikan dengan kegiatan yang akan dilaksanakan. Missal jika acara dan kegiatan yang bersifat agama islam, maka yang beragama islam juga akan memakai pakaian muslim dan sebagainya. Untuk tampilan dalam (sikap) yang ditunjukkan haruslah sikap yang baik, sopan, sederhana, tidak kasar dan ramah tamah.

Media tambahan yang digunakan untuk memaksimalkan kampanye adalah media cetak, media elektronik dan media internet/media sosial. Hal ini dilakukan menyesuaikan dengan perkembangan zaman yang notabennya masyarakat sudah banyak yang menggunakan media sebagai alat informasi.

Hubungan silaturahmi antara pasangan cagub Djarot-Sihar dengan pasangan cagub Eramas berjalan dengan baik. Tidak ada selisih paham antara keduanya. Pasangan cagub Djarot-Sihar menerima dengan lapang dada dengan hasil dari masyarakat. Karena semua ini untuk Sumatera Utara menjadi lebih maju lagi. Berbicara mengenai strategi yang sudah dijalankan, menurut Beliau kampanye ini tidak berlangsung maksimal. Dikarenakan PDI-P didukung oleh partai PPP, namun pada kenyataan sistem kampanye, yang bergerak penuh hanya PDI-P saja. Inilah salah satu faktor yang tidak memaksimalkan kampanye.

5. Informan V (Bapak Drs. Jhon Andrea Purba, Kepala Badan Pemenangan Pemilu PDI-P Kota Medan).

Menurut Beliau, visi dan misi dari tim posko pemenangan pasangan cagub Djarot-Sihar adalah mensejahterakan masyarakat Sumut lebih baik lagi. Sedangkan misinya adalah mensosialisasikan program kerja, melakukan kunjungan politik, serta bersilaturahmi dengan semua kalangan masyarakat Sumatera Utara. Berbicara perihal penerapan visi dan misi, Beliau menegaskan jika visi dan misi tersebut tidak dapat di terapkan karena pasangan cagub Djarot-Sihar kalah pada Pemilu 2018.

Program kerja yang dilaksanakan tim posko pemenangan pada pemilu pada 2018 di Sumatera Utara adalah dengan blusukan ke pasar-pasar tradisional, bertanya kepada masyarakat apa saja harapan-harapan masyarakat untuk kemajuan Sumut serta melakukan silaturahmi dengan petinggi tokoh-tokoh adat etnis Sumut di seluruh Kabupaten Kota. Beliau juga menegaskan bahwa tidak ada kegagalan pada *quick count* kemarin. Asumsi positif dari Beliau adalah setiap persaingan Pemilu pasti selalu ada kalah dan menang. ini adalah hal wajar. Namun, semua program kerja untuk berkampanye sudah terealisasi dengan baik.

Untuk persentase dari tujuan dan hasil yang didapat dari kampanye, Beliau menuturkan jika tujuan dari kampanye sudah berjalan 70%. Sisanya tinggal pemilihan saja. Strategi yang dilakukan oleh tim posko pemenangan Djarot-Sihar adalah selalu sesering mungkin berjumpa dan menyapa segala jenis kalangan masyarakat di Sumut. Berdialog dan menerangkan program kerja untuk

masyarakat Sumut, selalu menghindari potiki uang dan selalu mengedepankan dan berusaha menerima segala jenis keluhan masyarakat Sumatera utara.

Untuk target yang menjadi sasaran kampanye, pihak tim posko pemenangan tidak membeda-bedakan jenis masyarakat. Semua masyarakat adalah target dari kampanye. Karena pilihan seluruh masyarakat Sumatera Utara, tanpa terkecuali. Agar masyarakat yakin dan percaya bahwa program akan berjalan baik, pasangan cagub Djarot-Sihar selalu bersilaturahmi langsung kepada masyarakat. Ikut blusukan ke pasar-pasar serta selalu berusaha menjumpai langsung masyarakat.

Komunikasi yang dilakukan pasangan cagub Djarot-Sihar dan tim posko pemenangan kepada masyarakat adalah komunikasi langsung yang sifatnya non formal dan santai. Hal ini dilakukan agar semua kalangan masyarakat dapat menerima apa yang dikomunikasikan dan mengerti maksudnya. Pesan-pesan yang menjadi point penting adalah inti dari silaturahmi dan sosialisasi kepada masyarakat adalah untuk kemajuan masyarakat Sumut dan menjadi menjadikan Sumut lebih baik lagi.

Tampilan baik luar maupun dalam dari pasangan cagub Djarot-Sihar serta tim dari posko pemenangan adalah untuk dari penampilan luar, tim posko pemenangan sepakat untuk tampil sederhana namun rapi, tidak terlalu mencolok dan terlalu formal. Hal ini agar penampilan tidak terlalu mencolok dan terkesan sombong. Kemudian tampilan dalam dari dalam tim posko pemenangan dan pasangan cagub Djarot-Sihar agar selalu berpenampilan elegan, ramah, sopan dan merakyat.

Media komunikasi yang digunakan untuk menambah kampanye adalah media sosial dan media cetak. Hal ini dianggap penting karena dimasa yang sekarang ini peran media sangat berpengaruh besar. masyarakat pun sudah sangat tergantung dengan media. Harapannya agar kampanye dapat berlangsung dengan maksimal.

Untuk hubungan silaturahmi dengan kandidat Eramas, menurut Beliau pasangan calon cagub Dharot-Sihar sangat bersimpati dan tidak ada permusuhan. Kekalahan dan hasil hitung suara yang dimenangkan oleh Eramas juga tidak membuat pasangan cagub Djarot-Sihar kecil hati. Mereka menghormati dan menghargai setiap keputusan masyarakat. Karena menurut mereka semua kandidat dan calon adalah untuk mensejahterakan dan memajukan Sumut untuk lebih berkembang.

C. Pembahasan Data

Setelah melakukan riset penelitian dan menuliskannya kedalam hasil penelitian, maka penulis akan melakukan pembahasan data melalui kategorisasi penelitian dan hasil penelitian, antara lain sebagai berikut :

Mengidentifikasi visi dan misi :

Visi dari tim posko pemenangan calon pasangan gubsu Djarot-Sihar adalah “menjadikan Sumatera Utara menjadi lebih baik serta mencerdaskan anak bangsa, memberantas kemiskinan serta mensejahterakan masyarakat Sumatera Utara. Sedangkan misi dari tim posko pemenangan cagub Djarot-Sihar adalah menjadikan Sumatera Utara lebih transparan, membuat segala keperluan masyarakat menjadi mudah, membuat perubahan nyata di Sumatera Utara serta mensejahterakan masyarakat Sumatera Utara.

Menentukan Program Dan Kegiatan :

Program dan kegiatan dari tim posko pemenangan pasangan cagub Djarot-Sihar adalah selalu melakukan silaturahmi dengan masyarakat, memberikan gagasan, pencerahan kepada masyarakat yang membutuhkan saran dan masukan serta memberikan pengarahan bagaimana agar Sumut menjadi lebih baik lagi. Kemudian mengunjungi tokoh-tokoh masyarakat di daerah-daerah per Kabupaten Kota di Sumatera Utara. Kemudian berkunjung ke tokoh-tokoh masyarakat per etnis/suku, agama dan lain sebagainya untuk membicarakan dan bersosialisasi mengenai program kerja yang akan direalisasikan jika terpilih.

Menentukan Tujuan dan Hasil :

Tujuan yang ingin dicapai dari kampanye yang dilakukan tim posko pemenangan pasangan cagub Djarot-Sihar adalah agar masyarakat yakin dan percaya bahwa Djarot-Sihar ingin membuat Sumatera Utara menjadi lebih baik dan maju. Namun, hasil yang didapat tidak dapat maksimal dikarenakan pasangan cagub Djarot-Sihar kalah dalam pemilu 2018 kemarin.

Seleksi Audiens :

Untuk target masyarakat yang dilakukan posko/tim pemenangan, sudah pasti targetnya segala jenis kalangan masyarakat yang tinggal di Sumatera Utara. Masyarakat Sumatera Utara adalah masyarakat yang heterogen (banyak ras, suku, etnis dan agama). Jadi keseluruhan dari masyarakat heterogen Sumatera Utara menjadi target sasaran kampanye damai yang jujur, sportif dan elegan.

Mengembangkan Pesan :

Komunikasi yang dilakukan tim posko pemenangan maupun cagub Djarot-Sihar sendiri adalah lebih kepada komunikasi langsung. Berusaha selalu bertemu dengan semua jenis kalangan masyarakat dan berbaur dengan mereka. Menggunakan komunikasi yang non formal, tidak mengkait-kaitkan dengan agama, suku, ras, etnis dan lain sebagainya. Semuanya sama untuk seluruh masyarakat di setiap Kabupaten Kota Sumatera Utara.

Identifikasi Pembawa Pesan (Tampilan Komunikator) :

Tampilan pasangan Cagub Djarot-Sihar dalam melakukan kampanye dan silaturahmi dengan masyarakat juga tidak dapat dikatakan mencolok. Lebih santai dan sederhana, begitupun dengan tim pemenangannya. Hal ini ditujukan agar sesama masyarakat dapat sama-sama membaur tanpa ada batasan dan status sosial. Agar proses silaturahmi dan komunikasi dengan masyarakat dapat berlangsung global. Kemudian dari segi sikap juga seluruh tim posko pemenangan harus bersikap rendah hati, sopan, ramah tamah dan tidak bersikap kasar. Dikarenakan sikap tim posko pemenangan juga menjadi nilai hitung untuk pasangan cagub Djarot-Sihar dalam pemilu 2018 kemarin.

Mekanisme Komunikasi/Media :

Agar proses silaturahmi dan komunikasi dengan masyarakat dapat berlangsung global. Pasangan Cagub Djarot-Sihar juga memakai media lain seperti media cetak dan elektronik. Hal ini ditujukan agar masyarakat yang tidak dapat terjangkau bisa mendengarkan program kerja dan kampanye damai pasangan Cagub Djarot-Sihar. Kemudian Komunikasi yang dilakukan tim posko

pemenangan maupun cagub Djarot-Sihar sendiri adalah lebih kepada komunikasi langsung. Berusaha selalu bertemu dengan semua jenis kalangan masyarakat dan berbaur dengan mereka. Menggunakan komunikasi yang non formal, tidak mengkait-kaitkan dengan agama, suku, ras, etnis dan lain sebagainya. Semuanya sama untuk seluruh masyarakat di setiap Kabupaten Kota Sumatera Utara.

Scan Konteks dan Persaingan :

Sampai saat ini hubungan antara pasangan cagub Djarot-Sihar dan Eramas baik-baik saja. Tim posko pemenangan bersikap sportif dan menerima kekalahan. Tidak dijadikan alasan untuk ribut. Karena ini adalah keputusan masyarakat, semua hal terkait harus dihormati dan dihargai. Beliau juga mengatakan, kekalahan pasangan cagub Djarot-Sihar terjadi bukan karena kegagalan. Jika ada pemilihan sudah pasti akan ada yang menang dan kalah. Kalaupun ada kekuarangan adalah cagub Djarot adalah masyarakat impor yang dikirim ke Sumatera Utara untuk menjadi Gubernur, kemudian adanya isu sara seperti politik identitas. Tim posko pemenangan Djarot-Sihar begitupun dengan pasangan cagub sangat menghargai setiap pilihan masyarakat serta menghormati keputusan dengan lapang dada. Hal terpenting adalah mereka sudah berusaha maksimal untuk meningkatkan kualitas hidup Sumatera Utara. Beliau juga mengatakan, bahwa mereka mendukung segala program kerja Eramas untuk kemajuan masyarakat Sumatera Utara.

Tabel 4.1.

Matriks Strategi Komunikasi Politik pasangan cagub Djoss dan Eramas

Strategi Komunikasi Politik pasangan cagub Djarot-Sihar	Strategi Komunikasi Politik pasangan cagub Eddi-Ijeck
<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan silaturahmi dengan masyarakat • Blusukan ke pasar-pasar tradisional dan daerah terpencil di Sumatera Utara • Mengunjungi tokoh-tokoh masyarakat dari berbagai ras, suku, etnis dan agama • Bersosialisasi dan menjelaskan program Sumut sejahtera • Kampanye damai • Menghadiri acara-acara dari komunitas-komunitas di Sumut 	<ul style="list-style-type: none"> • Kampanye yang religious (mengundang ustad Solmed) • Mensosialisasikan visi dan misi • Mensosialisasikan program kerja yang direalisasi jika terpilih • Mengundang artis ibukota untuk menghibur masyarakat

D. Profile Pasangan Calon Gubernur/Wakil Gubernur Sumatera Utara Pada Pilkada 2018

1. Djarot saiful Hidayat (Calon Gubernur)

Djarot Saiful Hidayat dilahirkan di Magelang, pada tanggal 6 Juli 1962, merupakan putra keempat dari Bapak M. Thoyib dan Ibu Aliyah, keluarga pensiunan militer dari detasemen perhubungan.

Djarot tumbuh dan menghabiskan masa kecil sampai remajanya di Kota Surabaya, Jawa Timur dan mengenyam pendidikan formal di SD Raden Saleh Surabaya dan SMP Negeri 4 Surabaya. Lalu, melanjutkan pendidikan menengah atas di SMA Taruna Nusa Harapan, Mojokerto dan menempuh pendidikan tinggi S1 di Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang dan kemudian melanjutkan pendidikan ke jenjang S2 Ilmu Politik di Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Sejak mahasiswa, Djarot telah aktif berorganisasi dan memilih Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia (GMNI) sebagai wadah untuk mengaktualisasikan dirinya, hingga keseriusannya berorganisasi mengantarkannya terpilih sebagai Ketua DPC GMNI Malang. Selepas tamat dari Universitas Brawijaya, Djarot memulai karirnya sebagai Dosen di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Tujuh Belas Agustus, Surabaya. Karir Djarot sebagai staf pengajar di salah satu Perguruan Tinggi swasta terbaik di Jawa Timur ini terbilang cukup lengkap, terbukti dengan terpilihnya Djarot sebagai Pembantu Dekan, Dekan, dan kemudian Pembantu Rektor di universitas yang sama.

Track-Record (Rekam Jejak) Djarot Sebagai Pejabat Publik

Pasca reformasi, Djarot tergerak untuk terjun ke dunia Politik dan mendaftarkan dirinya sebagai Calon Anggota Legislatif pada Pemilu tahun 1999 dari Partai PDI Perjuangan untuk DPRD Provinsi Jawa Timur. Djarot terpilih, dan dipercaya sebagai salah satu Ketua Komisi. Setahun kemudian, Djarot dicalonkan sebagai Walikota Blitar dan terpilih menjadi Walikota, dipercaya oleh masyarakat Blitar selama 2 periode berturut-turut, dari tahun 2000-2010.

Djarot Sebagai Walikota Blitar

Selama menjabat sebagai Walikota Blitar, Djarot berhasil membawa perubahan yang sangat signifikan bagi pembenahan birokrasi di Kota Blitar dan peningkatan kesejahteraan masyarakatnya. Di awal masa jabatannya, Djarot langsung membuat kebijakan yang tidak lazim, yaitu memperpanjang usia pensiun pejabat dan posisi jabatan yang tidak efektif dibiarkannya kosong. Bahkan proses seleksi untuk menentukan jabatan dilakukannya tanpa campur tangan Pemerintah Kota Blitar, dengan menyerahkan seluruh proses rekrutmen pejabat daerah ke tim ahli dari Universitas Airlangga, Surabaya. Selain itu, Djarot juga memangkas lebih dari 200 jabatan eselon II-IV yang menurutnya tidak efektif.

Selain reformasi birokrasi, Djarot juga dikenal sebagai Kepala Daerah yang suka blusukan, sehingga dapat berkomunikasi secara langsung dengan masyarakat Kota Blitar. Djarot rutin turun ke bawah sebanyak dua kali dalam seminggu, meninggalkan mobil dinas, bersepeda pancal untuk menyerap aspirasi dengan tukang becak dan bakul pasar.

Selama sepuluh tahun dipimpin oleh Djarot, pendapatan asli daerah Kota Blitar yang memiliki luas hanya 32,58 kilometer persegi mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Sebelum tahun 2000, PAD Kota Blitar tercatat hanya sekitar Rp 2,5 miliar. Sembilan tahun kemudian, setahun sebelum Djarot purna bakti sebagai Walikota Blitar, PAD-nya melonjak menjadi Rp 39,86 miliar.

Pembangunan Kota Blitar pun turut tumbuh dan berkembang, dimana Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Kota Blitar dari Rp 38,625 miliar naik menjadi Rp 387 miliar. Bahkan, Indeks Pembangunan Manusia (IPM) warga Blitar turut terkeret sekitar sembilan poin, dari 68,9 pada tahun 2000 menjadi 77,12 di tahun 2009. Pencapaian itu merupakan yang tertinggi di Provinsi Jawa Timur pada tahun 2009.

Melihat berbagai pencapaian tersebut, wajar saja jika Djarot diganjar berbagai penghargaan selama menjabat sebagai Walikota Blitar, beberapa diantaranya adalah:

1. Penghargaan Komite Pemantauan Pelaksanaan Otonomi Daerah, tahun 2008
2. Penghargaan Terbaik Citizen's Charmer Bidang Kesehatan, Anugerah Adipura, tahun 2006, 2007, 2008
3. Penghargaan atas terobosan inovasi daerah se-Provinsi Jawa Timur didalam pembangunan daerahnya, tahun 2008
4. Penghargaan Upakarti, tahun 2008
5. Penghargaan Salah Satu Kepala Daerah Terbaik versi Majalah Tempo, tahun 2008

6. Peringkat Pertama dalam penerapan E-Government di Jawa Timur, tahun 2010

Selesai menjabat sebagai Walikota Blitar, Djarot kembali berorganisasi dan menjabat sebagai Ketua Persatuan Alumni GMNI Jawa Timur pada tahun 2010. Langkah cerdas ini dilakukan Djarot sembari mempersiapkan rencana untuk maju sebagai Calon Anggota Legislatif DPR RI pada pemilu tahun 2014, dimana Djarot terpilih dan ditetapkan sebagai Legislator, walaupun jabatan tersebut hanya diembannya sebentar saja, karena diutus oleh Partainya mengisi posisi Wakil Gubernur DKI Jakarta, setelah Jokowi terpilih sebagai Presiden dan posisinya digantikan oleh Basuki Tjahaya Purnama (Ahok) sebagai Gubernur DKI Jakarta.

Djarot Sebagai Wakil Gubernur DKI Jakarta

Djarot Saiful Hidayat dipilih oleh Gubernur DKI Jakarta Basuki Tjahaja Purnama sebagai wakil gubernur yang mendampingi hingga 2017. Djarot menyingkirkan nama-nama lain yang sempat beredar luas yaitu Ketua Tim Gubernur Untuk Percepatan Pembangunan DKI Jakarta (TGUPP) Sarwo Handayani, Wakil Ketua DPRD DKI Jakarta 2009-2014 Boy Sadikin, serta Wali Kota Surabaya 2002-2010 Bambang Dwi Hartono. Djarot dilantik sebagai wakil gubernur pada 17 Desember 2014 di Gedung Balai Agung, Balai Kota DKI Jakarta secara langsung oleh Gubernur DKI Jakarta Basuki Tjahaja Purnama.

Djarot Sebagai Gubernur DKI Jakarta

Djarot Saiful Hidayat diangkat oleh Menteri Dalam Negeri Tjahjo Kumolo sebagai Pelaksana Tugas Gubernur DKI Jakarta pada 9 Mei 2017 setelah

Pengadilan Negeri Jakarta Utara menjatuhkan vonis 2 tahun penjara kepada Basuki Tjahaja Purnama terkait kasus penodaan agama.

Pada 31 Mei 2017, DPRD DKI Jakarta mengumumkan Djarot sebagai Gubernur DKI Jakarta menggantikan Basuki Tjahaja Purnama yang mengajukan pengunduran diri sebagai Gubernur setelah menjalani proses penahanan dan menyatakan mencabut gugatan banding terkait kasus penodaan agama yang dialaminya. Djarot Saiful Hidayat akhirnya resmi dilantik sebagai Gubernur DKI Jakarta oleh Presiden Jokowi pada 15 Juni 2017 di Istana Negara.

Pernyataan Djarot

Pada 24 Juli 2017, Djarot sebagai Gubernur DKI Jakarta mengusulkan agar Pegawai Negeri Sipil (PNS) yang memiliki keterkaitan dengan organisasi anti-Pancasila seperti Hizbut Tahrir Indonesia (HTI) dicabut kewarganegarannya. Pernyataan ini menyusul himbauan pemerintah melalui Menteri Dalam Negeri Tjahjo Kumolo agar PNS yang kader HTI untuk mengundurkan diri atau dipecat jika tetap memilih HTI. Hal ini membuktikan bahwa Djarot adalah pribadi Islam yang sangat moderat, cinta NKRI, Pancasila, UUD 1945 dan Bhineka Tunggal Ika. (*/www.djoss.co/profil-djarot-saiful-hidayat/dikutip/04-10-2018*)

2. Sihar Pangihutan Hamonangan Sitorus (Calon Wakil Gubernur)

Sihar Pangihutan Hamonangan Sitorus atau lebih dikenal dengan sebutan Sihar Sitorus adalah seorang pengusaha sukses yang berasal dari provinsi Sumatera Utara, dan juga merupakan seorang politikus yang menjadi calon Wakil Gubernur Sumatera Utara periode 2018-2023 bersama calon Gubernur Djarot

Saiful Hidayat. Putra dari tokoh Batak, DL Sitorus ini pernah dipercaya sebagai juru kampanye nasional oleh PDIP pada masa Pilpres 2014

Pendidikan

Sihar Sitorus meneyam pendidikan SD, SMP dan SMA di Jakarta.^[1] Sihar melanjutkan pendidikan ke Amerika Serikat dengan menyelesaikan program Bachelor of Science in Business Administration di University of Arizona dan lulus pada 1987. Dia juga menyelesaikan Master of Business Administration Creighton University Ohama, pada 1991.^[2] Berselang 2 tahun kemudian yakni 1993, Sihar menyelesaikan pendidikannya dari Strathclyde University, Glasgow. Dia juga menyelesaikan pendidikan di Business School Manchester, Inggris tahun 2005.

- SD Jakarta (Lulus 1981)
- SMP Jakarta (Lulus 1984)
- SMA Pangudi Luhur, Jakarta (Lulus 1987)
- Bachelor of Science in Business Administration, University of Arizona - Amerika Serikat (Lulus 1991)
- Master of Business Administration, Creighton University Ohama - Amerika Serikat (Lulus 1993)
- Program Diploma Business Economic, Strathclyde University, Glasgow (Lulus 1998)
- Doctor of Business Administration, Manchester Business School - Manchester, Inggris (Lulus 2005)

Pengalaman Kerja

Pengalaman pekerjaan Sihar yaitu pernah bekerja di PT Freeport Indonesia pada 1993 hingga 1995. Kemudian dia bekerja di PT Bursa Efek Jakarta pada 1995 hingga 1997. Selain itu, Sihar juga pernah menjadi tenaga ahli Kementerian Koordinator PMK. Sihar juga merupakan Direktur Lembaga Peduli Hutan Indonesia, dari tahun 1998 hingga saat ini. Dalam dunia sepakbola, Sihar mendirikan tiga klub yakni Medan Chiefs Deli Serdang, Pro Titan, dan Nusaina Fans Club (FC). Selain itu, dia juga pernah memimpin klub PSMS Medan

Spirit Entrepreneur

Menjadi entrepreneur adalah salah satu keinginannya sejak dulu. Bagi Sihar lebih banyak orang menjadi entrepreneur malah meningkatkan jumlah dan kualitas kesejahteraan masyarakat. “Entrepreneur meningkatkan kemajuan bangsa dan negara. Karena itu perlu daya saing suatu Negara, sangat dipengaruhi oleh jumlah dan kualitas entrepreneur anak-anak bangsa itu sendiri.” Sebagai seorang entrepreneur dia peka akan bakat. Feeling begitu kental mengetahui bakat para pemain bola.

Hal ini terbukti saat dia masih menjadi pemilik PSMS Medan. Salah satu contohnya, dia mengintrusikan kepada pelatih PSMS Medan, waktu itu, untuk selalu menempatkan Oktovianus Maniani sebagai starter di setiap laga yang dilakoni PSMS Medan, baik Home maupun Away. Hasilnya? Terbukti mujarab. Sekarang, Oktovianus tumbuh menjadi seorang pemain sepak bola yang terkenal dan luarbiasa hebat. Itu semata-mata karena Sihar melihat ada talenta di diri Oktovianus

Tim Ahli Jokowi-JK

Selain bidang usaha, dan terlibat penuh dalam pengembangan persepakbolaan, dia juga terlibat dalam politik. Sekali lagi, atas kerinduan untuk Indonesia Hebat. Sihar mau terjun mengurus persepakbolaan dan juga ikut terjun di bidang politik semata-mata karena kepedulian. Keterlibatannya dalam politik bukanlah hal baru, dia bukan pendatang baru di bidang politik. Sebelumnya dia merupakan tokoh dari partai Partai Peduli Rakyat Nasional (PPRN). Partai yang didirikan ayahnya, Darius Lungguk Sitorus, pengusaha nasional.

Baginya, setiap orang yang ingin terjun di bidang apa pun, harus jelas maksud dan tujuannya. Begitu juga ketika Sihar mengembangkan sepak bola, menjadi pengusaha dan memasuki politik, dia jelas mempunyai tujuan untuk memperjuangkan Indonesia makin maju. “Indonesia sudah 69 tahun merdeka, dan reformasi sudah 15 tahun, namun masyarakat masih dihadapkan dengan berbagai persoalan mendasar.

Kemiskinan masih menjadi masalah besar di Indonesia. Meski pemerintah mengklaim berhasil menurunkan angka kemiskinan. Faktanya penderitaan rakyat malah semakin menjadi,” ujarnya. Itu sebab, Sihar mengerti harus terlibat dalam mengawal kebijakan dengan masuk ke pentas politik. Sebenarnya, di tahun 2009 Sihar mencalonkan diri menjadi anggota legislatif dari partai PPRN.

Suaranya berjubel, dia sebenarnya terpilih menjadi anggota DPR-RI dari daerah pemilihan Sumatera Utara II. Tetapi, karena partainya tidak lolos PT di KPU akhirnya harus menerima tidak duduk di kursi anggota dewan. Di Pemilu 2014 lalu, Sihar dipercaya menjadi Juru Kampanye Nasional. Sihar ditunjuk

Ketua Umum PDI Perjuangan Megawati Soekarnoputri sebagai salah satu dari 120 tokoh-tokoh PDI Perjuangan. Demikian juga pemilihan presiden (Pilres) kali ini, mantan Anggota Komite Eksekutif (Exco) Persatuan Sepakbola Seluruh Indonesia (PSSI) itu, dinilai layak menjadi juru kampanye yang bisa mendulang suara untuk kemenangan Joko Widodo-Jusuf Kalla.

Sihar dipercaya menjadi tim sukses. Sebagai tim kampanye Jokowi-JK di Badan Pemenangan Pemilu Presiden yang terdaftar di KPU, Sihar menjadi Tim Ahli bersama-sama: Sukardi Rinakit, Andreas Pareira, Arie Sumarmo, Arief Budimanta, Ady Prasetyono, Heri Achmadi, Ida Fauziah, M Prakosa, Muhtosim Arief, Musdah Mulia, Pataniari Siahaan, Rizal Sukma, Syaifullah Mashum, Sakti Wahyu Trenggono, dan Silverius Sonny. Sebagai anggota tim kampanye nasional Jokowi-Jusuf Kalla (JK) dia dan tim terus mengupayakan kampanye seluas-luasnya pada masyarakat. Dan terus mengamati perkembangan kampanye Jokowi-JK baik di media maupun secara langsung. Apa kekurangan dan apa kelebihan. Termasuk saat debat kandidat presiden kemarin misalnya, Sihar menilai dalam debat kedua antarcapres dimenangkan oleh Jokowi.

Menurutnya, skor debat adalah 4-2. “Skornya 4-2 untuk Jokowi. Saya lihat ada 4 poin penting yang sangat mendasar dari Jokowi untuk mengurus negara ini,” ujarnya. Dia menilai, pemaparan 4 poin tersebut salah satunya adalah Jokowi melihat pembangunan manusia yang penting dan luas. Sihar menambahkan, dalam hal ini ada perubahan cara pandang dari Jokowi untuk menyelesaikan masalah-malah mendasar di negeri ini sehingga tidak ada lagi pengalokasian anggaran yang tidak tepat. “Sikap Jokowi dalam memfasilitasi seluruh elemen di

bangsa ini cukup bagus. Jokowi memberikan fasilitas untuk mempermudah dan meningkatkan produktifitas, tambahanya “Jokowi saat memaparkan visi-misinya lebih mengutamakan ekonomi kerakyatan untuk menyejahterakan bangsa ini. Di mana Sumber Daya Manusia (SDM) akan terus ditingkatkan untuk membentuk ekonomi mandiri,” ujarnya.*** ditulis, Hotman J Lumban Gaol (Hojot Marluga) (wikipedia.org/wiki/Sihar_Sitorus/dikutip/04-10-2018)

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan pembahasan data pada Bab IV, maka kesimpulan dari “Strategi Komunikasi Politik Pasangan Calon Gubernur Djarot dan Sihar Sitorus Pada Pilkada Sumut Tahun 2018”, adalah sebagai berikut :

- 1 Visi dari tim posko pemenangan calon pasangan gubsu Djarot-Sihar adalah “menjadikan Sumatera Utara menjadi lebih baik serta mencerdaskan anak bangsa, memberantas kemiskinan serta mensejahterakan masyarakat Sumatera Utara. Sedangkan misi dari tim posko pemenangan cagub Djarot-Sihar adalah menjadikan Sumatera Utara lebih transparan, membuat segala keperluan masyarakat menjadi mudah, membuat perubahan nyata di Sumatera Utara serta mensejahterakan masyarakat Sumatera Utara.
- 2 Strategi komunikasi yang dilakukan tim posko pemenangan pasangan calon Gubernur Sumatera Utara Djarot-Sihar Sitorus adalah melakukan silaturahmi dengan masyarakat, Blusukan ke pasar-pasar tradisional dan daerah-daerah kecil/pinggiran Sumatera Utara, mengunjungi tokoh-tokoh masyarakat dari berbagai kalangan etnis, suku, ras dan agama, Bersosialisasi dan memberikan arahan dan pemahaman terhadap program kerja yang akan di realisasikan jika terpilih seperti kartu sehat, kartu sejahtera dan kartu pintar serta melakukan kampanye damai.

- 3 Komunikasi yang dilakukan tim posko pemenangan maupun cagub Djarot-Sihar sendiri adalah lebih kepada komunikasi langsung dan komunikasi tatap muka. Berusaha selalu bertemu dengan semua jenis kalangan masyarakat dan berbaur dengan mereka. Menggunakan komunikasi yang non formal, tidak mengkait-kaitkan dengan agama, suku, ras, etnis dan lain sebagainya. Agar proses silaturahmi dan komunikasi dengan masyarakat dapat berlangsung global. Pasangan Cagub Djarot-Sihar juga memakai media lain seperti media cetak, Online, elektronik dan media sosial. Pesan yang selalu menjadi slogan untuk bekampanye adalah “Sumut Transparan”.
- 4 Tujuan yang ingin dicapai dari kampanye yang dilakukan tim posko pemenangan pasangan cagub Djarot-Sihar adalah agar masyarakat yakin dan percaya bahwa Djarot-Sihar ingin membuat Sumatera Utara menjadi lebih baik dan maju. Namun, hasil yang didapat tidak dapat maksimal dikarenakan pasangan cagub Djarot-Sihar kalah dalam pemilu 2018 kemarin.
- 5 Kekalahan pemilu pasangan calon Gubernur Djarot-Sihar Sitorus bukan dikarenakan kegagalan kampanye dan strategi komunikasi politik yang dilakukan. Strategi komunikasi politik sudah mencapai tahap maksimal. Namun, kegagalan terjadi dikarenakan Bapak Djarot adalah warga impor (tidak asli masyarakat Sumatera Utara), hal ini membuat keyakinan masyarakat kurang serta adanya isu sara identitas politik yang terjadi.

B. Saran

Setelah menarik kesimpulan, maka penulis ingin memberikan saran/masukan kepada pihak terkait yakni Posko Pemenangan tim calon Gubernur Djarot-Sihar Sitorus, antara lain sebagai berikut :

- 1 Diharapkan para tim posko pemenangan dan calon Gubernur Bapak Djarot-Sihar Sitorus menerima dengan lapang dada kekalahan pada pemilu 2018 kemarin.
- 2 Diharapkan partai PDI-P lebih memilih calon dari masyarakat setempat agar kedepannya masyarakat Sumatera Utara lebih yakin dan mengenal calon pasangan Gubernur mereka.
- 3 Diharapkan kedepannya partai PDI-P melalui tim pemenangan di Sumatera Utara lebih meningkatkan program-program kampanye yang sesuai dengan keinginan masyarakat Sumatera Utara.

DAFTAR PUSTAKA

- Akdon. 2011. *Managemen Strategi Untuk Memahami Managemen Pendidikan*, Bandung. Alfabeta
- Anwar, Arifin. 2006. *Ilmu Komunikasi : Sebuah Pengantar Ringkas*, Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada
- Ardianto, komala, karlinah, 2007. *Komunikasi Massa*, Jatinangor. PT. Simbiosia Rekatama Media.
- Ardial. 2010. *Komunikasi Politik*, Jakarta. Penerbit. Indeks Baran.
- Basu, Swastha. 2007. *Managemen Pemasaran Modern, Edisi IX*. Yogyakarta. Liberty.
- Bungin, Burhan. 2007. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Raja Grafindo
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
-----, 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. Raja Grafindo Persada
- Daryanto. 2010. *Ilmu Komunikasi*. Bandung. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Effendy, Onong, Uchjana. 2011. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya
-----, 2005. *Dinamika Komunikasi Jilid III*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
-----, 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung Citra Aditya Bakti
-----, 2002. *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*, Bandung : PT. Citra Aditya Bakti
- Kriyantono, Rakhmat, 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta. Kencana Pramedia Media Group
- Liliweri, Alo, 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Jakarta : Kharisma Putra Utama
- Nawawi, Hadari. 2005. *Metode Penelitian Survei, Edisi Revisi*. Yogyakarta. Liberty.
- Rackmat, Jalaludin, 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung. PT.Remaja Rosdakarya

Rudy, Teuku May. 2005. *Komunikasi Dan Humas Internasional*, Bandung. Revika Aditama

Salusu, J. 2006. *Pengambilan Keputusan Strategi Untuk Organisasi Publik Dan Organisasi Non Profit*, Jakarta. Grasindo.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung. Penerbit Alfabeta.
----- . 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*
Bandung. Alfabeta

Soyomukti, Nurani. 2013. *Komunikasi Politik*, Malang, Jatim. Intrans Publishing.

Surbakti, Ramlan. 2010. *Memahami Komunikasi Politik*, Jakarta. Gramedia Pustaka Utama

Sumber- Sumber Internet :

(<http://pemerintah.net/tugas-wewenang-kewajiban-dan-hak-kepala-daerah-dan-wakil-kepala-daerah/dikutip/08-05-2018>)

(<seputarpengertian.blogspot.co.id/2015/11/pengertian-pilkada-atau-pemilukada/dikutip/07-05-2018>)

(www.kajianpustaka.com/2016/11/pemilihan-kepala-daerah-pilkada/dikutip/07-05-2018)

(www.djoss.co/profil-djarot-saiful-hidayat/dikutip/04-10-2018)

(wikipedia.org/wiki/Sihar_Sitorus/dikutip/04-10-2018)

LAMPIRAN

Foto-Foto/Dokumentasi Riset Penelitian





DAFTAR WAWANCARA

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PASANGAN CALON GUBERNUR DJAROT DAN SIHAR SITORUS PADA PILKADA SUMUT TAHUN 2018

Nama :

Umur :

Jabatan :

I. Mengidentifikasi visi dan misi :

- 1) Coba Anda jelaskan apa visi dan misi dari posko pemenangan Calon Gubernur Djarot-Sihar dalam Pemilihan Kepala Daerah Sumatera 2018?

Jawab :

- 2) Bagaimana proses penerapan visi dan misi tersebut?

Jawab :

II. Menentukan Program Dan Kegiatan :

- 3) Apa saja program dan kegiatan yang dilakukan selama proses kampanye Djarot-Sihar?

Jawab :

- 4) Hasil Quick Count sementara yang telah diketahui, dimenangkan oleh pasangan Calon Gubernur Eramas, menurut Anda, bagaimana hal tersebut dapat terjadi? Apakah program-program yang dilakukan pada saat kampanye tidak berjalan lancar?

Jawab :

III. Menentukan Tujuan dan Hasil

- 5) Menurut Anda, berapa persen tujuan dan hasil yang dicapai dari program-program yang sudah dijalankan pada saat kampanye?

Jawab :

- 6) Apa strategi yang dilakukan agar tujuan-tujuan dari program-program kampanye mendapatkan hasil yang maksimal?

Jawab :

IV. Seleksi Audiens :

- 7) Apakah ada masyarakat-masyarakat tertentu yang menjadi target dari kampanye agar memilih pasangan Calon Gubernur Djarot-Sihar?

Jawab :

- 8) Bagaimana cara posko dan Calon Gubernur Djarot-Sihar meyakinkan masyarakat bahwa dengan memilih mereka, maka Sumatera Utara akan lebih baik lagi, Jelaskan.

Jawab :

V. Mengembangkan Pesan :

- 9) Komunikasi seperti apa yang dilakukan pasangan Calon Gubernur Djarot-Sihar untuk meyakinkan masyarakat agar memilih mereka di Pilkada Sumut 2018?

Jawab :

- 10) Bagaimana pesan-pesan dukungan dalam pemilihan Calon Gubernur Pilkada 2018 kepada masyarakat?

Jawab :

VI. Identifikasi Pembawa Pesan (Tampilan Komunikator) :

11) Bagaimana tampilan orang-orang didalam posko pemenangan dan Cagub Djarot-Sihar dalam melakukan kampanye kepada masyarakat?

Jawab :

12) Bagaimana cara berkomunikasi dan bersosialisasi Cagub Djarot-Sihar dengan masyarakat Sumatera Utara?

Jawab :

VII. Mekanisme Komunikasi/Media :

13) Media-media apa saja yang digunakan posko pemenangan Djarot-Sihar dalam berkampanye?

Jawab :

14) Apakah media tersebut sangat membantu dalam pemilihan Kepala Daerah nanti? Seberapa besar pengaruhnya?

Jawab :

VIII. Persaingan :

15) Bagaimana posko pemenangan dan Cagub Djarot-Sihar ketika hasil perolehan sementara dimenangkan oleh Cagub Eramas? Apakah ada kegagalan dalam strategi yang ditelaah dilakukan?

Jawab :

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Lutfi Rinaldi Lubis
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 30 Juni 1995
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Alamat : Jalan Masjid Taufik Gang Keluarga No. 5
HP : 081260499098

Nama Orang Tua

Ayah : Lilik Sukamto Lubis
Ibu : Nurainun
Alamat : Jalan Masjid Taufik Gang Keluarga No. 5

RIWAYAT PENDIDIKAN

Tahun 2001-2007 : SDN 060875 Medan
Tahun 2007-2010 : SMP Swasta Al Fattah Medan
Tahun 2010-2013 : SMK Swasta Teladan Medan

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya.

Penulis

Lutfi Rinaldi Lubis