

KOMUNIKASI POLITIK DALAM PEMENANGAN PEMILIHAN KEPALA DAERAH DI KOTA SERANG TAHUN 2018

M. Alvi Fachreza Haq

NPP. 29.0736

Asdaf Kota Serang, Provinsi Banten

Program Studi Politik Indonesia Terapan

Email: Fachrezahaq@gmail.com

ABSTRACT

Problem Statement/Background (GAP): The growth of democracy in Indonesia after the reformation has increased very high. One developing democracy is the election of regional heads. In the process of selecting a regional head, several factors need to be considered to facilitate the clean goal. Political communication is one of the most important indicators to gain public sympathy for victory in elections. The recapitulation results in the election of the Serang City Election Commission, in the election of the Mayor and Deputy Mayor of Serang City, determined the pair number 03 Syafrudin-Subadri as the elected Mayor and Deputy Mayor of Serang City 2018-2023, with 108,988 votes. **Purpose:** This study aims to determine the political communication of winning the Syafrudin-Subadri pair in the election of the Mayor and Deputy Mayor of Serang City 2018. **Method:** This study uses a descriptive qualitative method. The theory that I use in this research is the Political Communication Theory proposed by Anwar Arifin. This data was obtained through interviews with the winning team and the elements deemed relevant to this research. **Result:** The results of the study revealed that communication won Syafrudin and Subadri in the 2018 Regional Head Elections in Serang City, by Caring for Figures, Strengthening Institutions, establishing closeness and opening friendships with the community, creating persuasive political messages to attract public attention, creating togetherness, building consensus and using media. Most effective during the campaign to spread their political message to the people of Serang City. **Conclusion:** The Syafrudin-Subadri pair in the 2018 Serang City Regional Elections tried to form a religious and populist character so that the winning pair could position themselves as people in order to know the problems that exist in the community. The supporting factors in implementing this winning political communication are having a good infrastructure line and having a strong vision and mission in the coalition. As well as the inhibiting factor, namely the existence of voter pragmatism and facing people who have less education and are not supported by major political parties. There is a political communication strategy carried out by the Syafrudin-Subadri pair in the Regional Head Election, the strategy found through the SWOT strategic analysis resulted in 11 strategies.

Keywords: Political Communication, Political Parties, Pilkada, Serang City

ABSTRAK

Permasalahan/Latar Belakang (GAP): Pertumbuhan demokrasi di Indonesia pasca reformasi mengalami peningkatan yang sangat tinggi. Salah satu perkembangan demokrasi adalah pemilihan kepala daerah. Dalam proses pemilihan kepala daerah, beberapa faktor perlu dipertimbangkan untuk memfasilitasi tujuan bersih. Komunikasi politik adalah salah satu yang paling penting indikator untuk

mendapatkan simpati masyarakat untuk meraih kemenangan dalam pemilu. Hasil rekapitulasi dalam perolehan suara KPUD Kota Serang, dalam pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Kota Serang, menetapkan pasangan nomor urut 03 Syafrudin-Subadri sebagai Walikota dan Wakil Walikota terpilih Kota Serang 2018-2023, dengan perolehan 108.988 suara. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi politik pemenangan pasangan Syafrudin-Subadri dalam pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Serang 2018. **Metode:** Penelitian ini menggunakan deskriptif metode kualitatif. Teori yang saya gunakan pada penelitian ini adalah Teori Komunikasi Politik yang dikemukakan oleh Anwar Arifin. Data ini diperoleh melalui wawancara dengan tim pemenang dan unsur-unsur yang dianggap relevan dengan penelitian ini. **Hasil/Temuan:** Hasil penelitian mengungkapkan bahwa komunikasi Memenangkan Syafrudin dan Subadri di Pilkada Kota Serang Tahun 2018, dengan Merawat Ketokohan, Memantapkan Kelembagaan, menjalin kedekatan dan membuka silaturahmi dengan masyarakat, menciptakan pesan politik yang persuasif untuk dapat menarik perhatian publik, menciptakan kebersamaan, membangun konsensus dan penggunaan media yang paling efektif dalam masa kampanye untuk menyebarkan pesan politik mereka kepada masyarakat Kota Serang. **Kesimpulan:** Pasangan Syafrudin-Subadri dalam Pilkada Kota Serang Tahun 2018 mencoba membentuk karakter yang Religius dan merakyat sehingga pasangan pemenang bisa menempatkan dirinya sebagai rakyat guna mengetahui permasalahan-permasalahan yang ada di lingkungan masyarakat. Adapun faktor pendukung dalam penerapan komunikasi politik pemenangan ini yaitu memiliki jalur infrastruktur yang baik dan memiliki visi dan misi yang kuat dalam koalisi. Serta faktor penghambat yakni adanya fragmatisme pemilih serta menghadapi masyarakat yang pendidikannya kurang serta tidak didukungnya oleh partai politik besar. Terdapat strategi komunikasi politik yang dijalankan oleh pasangan Syafrudin-Subadri dalam Pemenangan Pemilihan Kepala Daerah, strategi yang ditemukan melalui analisis strategis SWOT menghasilkan 11 strategi. **Kata Kunci:** Komunikasi Politik, Partai Politik, Pilkada, Kota Serang

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara demokrasi, ciri dari suatu negara demokrasi adalah kedaulatan yang dipegang dari rakyat dan untuk rakyat kemudian dikenal sebagai kedaulatan rakyat. Demokrasi membentuk struktur serta sistem pengelolaan kekuasaan yang didasarkan kedaulatan rakyat. Demokrasi berjalan dengan baik ketika peran dari aktor politik mendorong perilaku demokrasi. Setiap warga negara demokrasi berhak menyatakan haknya serta berpartisipasi dalam pemerintahan. Penyelenggaraan pemilihan kepala daerah (PILKADA) yang berlandaskan hukum Undang-Undang No.6 Tahun 2002 Tentang Pemilihan Gubernur, Bupati dan Walikota merupakan sarana menegakan kedaulatan rakyat dan diselenggarakan secara umum, bebas, rahasia, jujur dan adil serta merupakan mekanisme demokratis yang secara tidak langsung memberikan peluang kepada masyarakat agar rakyat dapat memilih kepala daerah yang mampu menampung aspirasi dan memperjuangkan hak rakyat.

Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai penyelenggara pemilihan umum berhasil menyelenggarakan pelaksanaan pemilihan umum secara langsung pertama kali tahun 2004 sedangkan pemilihan kepala daerah secara langsung dilakukan tahun 2005 dan pemilihan kepala daerah dilaksanakan secara serentak dilakukan sejak 2015. Pilkada merupakan sebagai bentuk penyampaian pesan oleh politik baik dari calon maupun dari partai politik, sehingga dapat meningkatkan partisipasi masyarakat untuk ikut langsung dalam proses pemilihan umum dan menjadi momentum dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Dalam proses pilkada, terdapat faktor berpengaruh pada berjalannya yaitu komunikasi

politik yang dianggap sebagai “urat nadi” dalam proses politik untuk menjamin jalannya fungsi pemerintah daerah demi kepentingan serta kesejahteraan masyarakat. Dalam proses pilkada partai politik memiliki keterlibatan yang dominan. Untuk membangun komunikasi politik yang baik, politisi menggunakan media massa yang efektif, dengan tujuan mendapatkan simpati masyarakat. Komunikasi politik menjadi hal krusial dalam kehidupan politik di negara, melalui komunikasi politik, menciptakan terjadinya tukar menukar informasi, ide dan gagasan antara pihak penguasa dengan masyarakat.

Kampanye merupakan sarana komunikasi politik untuk menggambarkan citra pasangan calon kepala daerah dengan tujuan mendapatkan simpati masyarakat melalui visi, misi serta program yang ditawarkan pasangan guna mendapatkan suara terbanyak masyarakat hingga dapat memenangkan kursi yang diperebutkan sesuai dengan Undang-undang nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan umum. Pemilihan umum ialah pesta demokrasi yang dilaksanakan lima tahun sekali. Masyarakat dituntut memilih pemimpin amanah dalam menjalankan kewajibannya pada pemilu. Pada tahun 2018 Kota Serang menyelenggarakan pemilihan kepala daerah untuk memilih Walikota dan Wakil Walikota yang diikuti oleh tiga kandidat yang masing-masing diusung oleh beberapa partai politik. Berikut tabel hasil Pilkada Kota Serang tahun 2018.

**Tabel 1,
Komisi Pemilihan Umum (KPU)**

No	Nama pasangan calon Walikota dan wakil Walikota	Perolehan suara	Partai Politik pendukung
1	Vera Nurlaela dan nurhasan	90.104 suara (32,04%)	1. GOLKAR 2.PDIP 3.GERINDRA 4.DEMOKRAT 5.PKB 6.NASDEM 7.PPKI 8.PBB
2	Samsul Hidayat dan Rohman	82.144 suara (29,21%)	Non Paratai
3	Syafrudin dan Subadri Usuludin	108.988 suara (38,75%)	1.PAN 2.HANURA 3.PPP 4.PKS

Sumber: Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Serang, 2018

1.2. Kesenjangan Masalah yang Diambil (GAP Penelitian)

Hasil pemilihan umum kepala daerah kota Serang tahun 2018, menggambarkan perolehan pasangan Syafrudin dan Subadri Usuludin telah memenangkan pilkada dengan perolehan 108.988 suara (38,75%) yang diusung oleh 4 partai politik sebagai pasangan urutan 3 sementara pasangan Vera Nurlaela dan Nurhasan memperoleh 10.104 suara (32,04%) yang diusung oleh 8 partai Politik besar sebagai urutan 1. Disusul Samsul Hidayat dan Rohman memperoleh 82.144 suara (29,21%) dengan incumbent urutan 2. Hal tersebut banyak yang tidak menduga karena dilihat dari partai yang mengusung

kalah jauh dengan pasangan lainnya yakni pasangan urutan 1. Fenomena ini sangat menarik karena dilihat latar belakang pasangan urutan 1 yang merupakan wakil dari dominansi politik oligarki di Provinsi Banten yakni keluarga besar Atut. Dengan dilatar belakangi politik dan budaya Banten menunjukkan adanya oligarki, dan mendapat dukungan dari banyak partai politik pasangan urutan 3 dapat memenangkan pemilihan Kepala Daerah ini. Ciri yang paling nyata dari pasangan urutan 1 adalah munculnya oligarki dalam kehidupan politik negara. Oligarki dalam demokrasi merupakan ancaman yang mengancam bagi keberlangsungan demokrasi dalam politik saat ini. Selain itu, tidak dipungkiri bahwa jumlah usungan partai politik yang banyak dan besar tidak dapat menjamin suara yang signifikan, sebaliknya pemenang suara yang didukung oleh jumlah partai yang sedikit bisa memperoleh suara yang banyak.

1.3. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini terinspirasi oleh beberapa penelitian terdahulu, dalam konteks komunikasi politik. Berikut penelitian lain sebagai referensi, yang pertama oleh Muhammad Aulia (2017) dengan judul *Komunikasi politik Aminullah usman dan Zainal Arifin menjelang Pilkada 2017* penelitian deskriptif kualitatif ini menyimpulkan bahwa strategi kampanye yang dilakukan berhasil mempengaruhi pemikiran masyarakat untuk memilih pasangan Aminullah Usman dan Zainal Arifin. Selanjutnya Nur Sofyan (2013) dengan judul *Strategi Komunikasi Politik Komisi Pemilihan umum (KPUD) Kabupaten Temanggung dalam Pilkada Jateng 2013*, penelitian deskriptif kualitatif *multiple method* ini membuktikan bahwa kohesifitas dalam strategi komunikasi tidak hanya diletakkan dalam aspek membangun aspek kebersamaan namun diletakkan juga pada memantapkan kelembagaan. Penelitian Desi Widarwati (2020) dengan judul *Strategi Komunikasi Politik M.Miftah dalam kemenangan Pemilu 2019 Di Salatiga*, penelitian kualitatif deskriptif dengan analisis SWOT ini membuktikan bahwa strategi Komunikasi Politik meskipun terlihat sederhana ketika implikasi strategi tersebut baik dan benar, hasilnya tidak mengecewakan. Selanjutnya, Fathan dan Abraham Zakky Zulhazmi dengan judul *Komunikasi politik Kontestan Pilkada Jawa Tengah 2018*, penelitian analisis wacana model Halliday dan Hasan ini menunjukkan kedua media sama-sama menganggap pemilihan Gubernur Jawa Tengah 2018 kurang menarik. Penelitian oleh Khoirul Musthofa Misyuniarto (2020) dengan judul *Komunikasi Politik Kiai Dalam Pemilihan Umum Tahun 2019*, penelitian deskriptif kualitatif ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik yang dijalankan adalah negosiasi politik di kalangan kiai di pondok pesantren di Kabupaten Bangkalan. Penelitian Khoirudin Muchtar (2016) dengan judul *Komunikasi Politik dan Pembentukan Citra Partai*, penelitian kualitatif ini memberikan hasil pencitraan partai politik ini mengambil contoh dari Partai Golkar yang berupaya mendongkrak citra partai dengan beberapa langkah diantaranya, dengan mengajukan motto “*The Party of Idea*” yaitu; sebuah gagasan yang ingin mencitrakan Golkar sebagai partai yang berkembang diwarnai dengan pertarungan berbagai gagasan atau ide yang ditelorkan oleh kader-kader Golkar dan penelitian Budiyono (2016) dengan judul *Media Sosial Sebagai Komunikasi Politik Menjelang Pilkada DKI Jakarta 2017*, penelitian kualitatif ini menunjukkan bahwa facebook dapat digunakan untuk menyampaikan visi kandidat, dan khalayak bisa langsung merespon baik positif maupun negatif. Suatu etika media perlu dibangun agar komunikasi di media sosial lebih aman.

1.4. Pernyataan Kebaruan Ilmiah

Penulis melakukan penelitian yang berbeda dan belum dilakukan oleh penelitian terdahulu, dimana konteks penelitian yang dilakukan yakni mengenai komunikasi politik dalam kemenangan Pemilihan Kepala Daerah di Kota Serang, metodenya yang digunakan menggunakan kualitatif deskriptif. Selain

itu pengukuran/indikator yang digunakan yakni menggunakan pendapat Anwar Arifin mengenai penerapan komunikasi politik yang terdiri dari merawat ketokohan, memantapkan kelembagaan, menciptakan kebersamaan dan membangun konsensus.

1.5. Tujuan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi politik yang digunakan oleh pasangan pemenang dalam memenangkan pilkada Kota Serang Tahun 2018, mengetahui dan menganalisis apa saja faktor pendukung dan penghambat pasangan pemenang dalam memenangkan pilkada Kota Serang Tahun 2018 serta Untuk merumuskan strategi komunikasi politik pemenangan yang digunakan pada pilkada Kota Serang Tahun 2018.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan maksud untuk menggambarkan apa yang terjadi di lapangan, kemudian dengan menganalisis fakta-fakta yang dikumpulkan dengan cara mendeskripsikan komunikasi politik yang digunakan calon pasangan pemenang dalam memenangkan pilkada 2018 Kota Serang secara menyeluruh dan secara sistematis sehingga menghasilkan kesimpulan yang akurat guna memberikan hasil yang maksimal.

Penulis mengumpulkan data dengan data yang bersumber dari data primer yaitu wawancara dan sekunder melalui penelusuran di internet, buku, literatur, jurnal ilmiah, atau dokumen-dokumen terkait, data tersebut dikumpulkan dengan menggunakan teknik wawancara semiterstruktur dan dokumentasi. Dalam melakukan pengumpulan data kualitatif, penulis melakukan wawancara secara mendalam dengan teknik *purposive sampling* terhadap 10 orang informan yang terdiri Walikota atau Wakil Walikota Kota Serang Periode 2018-2023, Ketua Komisi Pemilihan Umum Kota Serang, Kepala Kesatuan Bangsa dan Politik kota serang, Partai Politik pendukung pemenang Pilkada 2018, serta Tim sukses pemenang pilkada 2018 Kota Serang. Adapun analisisnya menggunakan teori komunikasi politik milik Anwar Arifin Arifin (2006 : 54-60) yang terdiri dari 4 indikator yaitu merawat ketokohan, memantapkan kelembagaan, menciptakan kebersamaan dan membangun consensus. Untuk menganalisis teori tersebut digunakan teknik analisis data oleh Miles dan Huberman yakni reduksi data, penyajian data, serta verifikasi untuk menganalisis rumusan masalah pertama dan kedua serta untuk rumusan masalah ketiga menggunakan teknik analisis SWOT oleh Rangkuti yang meliputi analisis internal (IFAS) dan eksternal (EFAS).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis menganalisis komunikasi politik dalam pemenangan Pemilihan Kepala Daerah di Kota Serang menurut pendapat Anwar Arifin dengan teori komunikasi politik yang terdiri atas 4 indikator yaitu merawat ketokohan, memantapkan kelembagaan, menciptakan kebersamaan dan membangun konsensus. Adapun pembahasan dapat dilihat pada subbab berikut.

3.1. Merawat Ketokohan

Merawat ketokohan merupakan indikator kemenangan yang memerankan peranan penting dalam keberhasilan pasangan calon dalam pemilu, berbagai macam cara harus dilakukan guna membentuk citra yang baik agar masyarakat umum bisa menjadikan calon sebagai pemimpin dimasa depan. Untuk membangun ketokohan yang baik perlu aspek-aspek yang harus dipenuhi oleh calon, salah satunya kredibilitas yang merupakan kepercayaan yang dimiliki oleh seorang pemimpin dan diakui oleh banyak orang sehingga memberikan dampak positif pemegang kekuasaan. Berikut ada dua faktor yang menjadi kunci dalam merawat ketokohan.

a. Menciptakan Kredibilitas Yang Baik

Dalam menciptakan kredibilitas yang baik calon pemimpin harus memiliki rasa empati kepada masyarakat dalam bentuk menepati janji serta menjalankan tanggung jawab yang di percayakan kepada calon pemimpin, sehingga menimbulkan kepercayaan dari masyarakat yang merupakan strategi dari pasangan. Untuk membangun sebuah karakter yang kuat pasangan pemenang dan tim selalu membangun kedekatan dengan masyarakat Kota Serang untuk bisa terlibat langsung dalam berbagai kegiatan. Pasangan Syafrudin-Subadri mencoba membangun kedekatan dengan mengedepankan kekuatan tokoh yang religius, hal ini berkaitan dengan masyarakat Kota Serang yang cenderung menginginkan pemimpin yang memiliki landasan agama yang kuat. Kredibilitas seseorang akan mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap calon pemimpinnya, dengan begitu kredibilitas akan didapatkan jika didukung kapabilitas dan ketrampilan dalam komunikasi seseorang guna meningkatkan kepercayaan orang banyak.

b. Membangun Citra Politik

Citra politik dibentuk berdasar pada informasi yang diterima, baik secara langsung atau melalui media politik, serta media massa yang memiliki fungsi untuk menyampaikan pesan politik yang umum. Pasangan Syafrudin-Subadri membentuk nilai-nilai religiusitas yang sejalan dengan masyarakat Kota Serang yang selalu mengedepankan nilai religiusitas untuk memilih pemimpin sebagai salah satu fungsi dari komunikasi politik yakni menyampaikan pesan tepat pada tujuannya. Dalam membangun citra baik dari kedua pasangan calon Syafrudin-Subadri harus memenuhi janji politiknya kepada masyarakat pada saat mencalonkan Walikota dan Wakil Walikota serta harus menjalankan program kegiatan pemerintahan dengan baik terutama di bidang pendidikan, kesehatan dan infrastruktur guna mendapat simpati masyarakat. Dalam hal ini strategi komunikasi yang paling pertama dilakukan dalam membangun citra adalah merawat ketokohan. Dimana pasangan Syafrudin-Subadri ini merupakan pasangan agamis serupa dengan karakteristik Kota Serang yang agamis.

3.2. Memantapkan Kelembagaan

Memantapkan kelembagaan merupakan sebuah citra atau usaha membangun nilai-nilai baik untuk dilihat oleh masyarakat umum dalam ranah kelembagaan. Hal ini terlihat juga dalam pemilu Kota Serang tahun 2018. Partai politik harus sejalan dengan kebijakan pemerintah yang secara estetika dapat diartikan sebagai partai politik yang mengedepankan nilai-nilai positif. Partai Amanat Nasional mencoba membangun nilai yang baik dengan ikut serta membangun ekosistem yang adil bagi masyarakat dan pemerintah. Pesan politik akan berjalan baik jika arah komunikasi memiliki nilai serupa dengan yang dituju masyarakat. Dalam membangun citra politik yang baik masyarakat itu tidak hanya janji, tetapi benar-benar mengadvokasi setiap problematika yang terjadi pada masyarakat tujuannya bekerja untuk melayani masyarakat. Partai politik harus memperlihatkan kepeduliannya kepada masyarakat, hal ini ditujukan untuk menggali rasa simpati yang berujung pada terbentuknya citra politik yang baik. Dalam menciptakan kebersamaan yang terjalin antara lini, tentu Lembaga yang saling berkaitan dalam hal ini adalah partai politik sebagai kendaraan harus memiliki visi dan misi yang serupa dan sama sehingga menimbulkan hal-hal yang baik serta dapat diketahui seluruh partai bsepakat guna membangun citra positif harus mengawal segala bentuk janji politik yang dilakukan selama kampanye. Partai politik yang tergabung dalam koalisi memiliki satu kesamaan yang pasti yaitu melayani kebutuhan masyarakat semasa kampanye hingga akhir periode. Ini didasari oleh bagaimana para partai yang ingin membentuk citra baik yang akan berlangsung secara berkala dengan melibatkan segala tim yang bukan tidak mungkin akan terus berjalan hingga beberapa periode kedepannya.

3.3. Menciptakan Kebersamaan

Masyarakat Indonesia memiliki kecenderungan menciptakan kebersamaan yang kuat antar golongan, untuk mendapat perhatian dari masyarakat, pasangan calon yang mengikuti pemilu harus menjadi komunikator yang baik antara dirinya dengan masyarakat melalui kesamaan visi dan misi. Bentuk sebuah kesamaan bisa juga dibentuk melalui strategi yang disusun secara baik melalui pendekatan dari bawah ke atas. Dalam hal ini dijelaskan lebih rinci dalam poin-poin sebagai berikut.

a. Memahami Khalayak

Dalam sebuah kompetisi pemilu setiap partai pengusung tentu memiliki metodenya masing-masing untuk mengenal dan menyusun strategi yang akan digunakan dalam memenangkan suara sesuai dengan karakter masyarakat sekitar. Beberapa bagian sangat penting bagi kelancaran strategi yaitu mengenal khalayak yang akan menjadi sumber suara, Hal ini sejalan dengan tujuan komunikasi politik. Dalam pelaksanaannya pemenangan Syafrudin-Subadri memetakan karakteristik masyarakat di Kota Serang, secara umum Kota Serang adalah warga Kota yang rasional yang pendekatannya menggunakan cara yang objektif dan bisa ditangkap oleh masyarakatnya yang tentunya harus bisa menggunakan Bahasa politik yang tepat. Pemilihan media menjadi krusial sesuai dengan kebutuhan, pasangan Syafrudin-Subadri menggunakan media masa dan kegiatan *public relations*. Tentunya membawa hasil yang positif ketika masyarakat luas menerima pesan yang disusun secara sempurna hingga mengakibatkan terpilihnya pasangan tersebut. Dalam menentukan pola komunikasi yang akan dilakukan tentu menyesuaikan khalayak masyarakat dengan menempatkan dirinya dalam posisi masyarakat sekitar, sehingga strategi komunikasi politik yang dilakukan dapat tepat sasaran.

b. Menyusun Pesan Persuasif

Faktor keberhasilan memenangkan pemilihan umum tentu memerlukan strategi yang tepat dan akurat bagi tiap tim pemenangan. Cara wajib yang biasa dilakukan yaitu penyusunan pesan persuasif yang menjadi gerbang utama di era digital dalam mendapatkan perhatian luas guna menarik perhatian masyarakat. Dalam pelaksanaannya pasangan Syafrudin dan Subadri menggunakan pesan yang dikemas agar menarik perhatian masyarakat Kota Serang dengan menciptakan slogan yang identik dengan warga Kota Serang yaitu 'aje kendor' hal itu dijadikan jargon yang menyesuaikan dengan masyarakat Kota Serang. Kalimat ini identik dengan masyarakat Kota Serang guna mendapat simpati masyarakat yang mana mampu menjadikan lebih mudah diterima dan dicerna yang akhirnya menimbulkan keberhasilan penyampaian pesan politik kepada masyarakat.

c. Menetapkan Metode

Setiap wilayah tentunya memiliki perbedaan metode yang cocok untuk bisa memaksimalkan komunikasi politiknya dan pastinya akan menentukan suara dalam proses demokrasi untuk membantu menyesuaikan strategi. Adapun metode yang dilakukan untuk mendapatkan suara yang diinginkan di semua golongan masyarakat yaitu dengan Melakukan sosialisasi kepada masyarakat kota serang serta memberikan pencerahan bahwa kita punya program ini demi kemajuan kota serang. Strategi yang digunakan pasangan Syafrudin-Subadri yaitu dengan menggunakan metode *informative* dengan bentuk pesan yang tujuannya mempengaruhi khalayak dengan cara memberikan penerangan.

d. Memilih dan Memilah Media

Kegiatan menyangkut komunikasi tentunya diharuskan melalui media komunikasi yang paling efektif. Kegiatan seperti lobi, tindakan, retorika, public relation politik dan komunikasi massanya. Pemilihan media menjadi krusial sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan. Efektifitas dari pesan tentu memerlukan media yang tepat guna mencapai target yang diharapkan. Strategi tidak hanya berlangsung pada dunia nyata, kedekatan di era digital tentu menjadi indikator kuat dalam menjaring

dukungan seluas-luasnya. Sosial media dan media lama (baner, kaos, dan lain-lain) merupakan ujung tombak menyebarkan pesan yang telah disiapkan oleh tim sukses dari pasangan yang sama-sama penting. Pemilihan strategi komunikasi harus melihat perkembangan zaman untuk mendapatkan hasil yang maksimal. media internet akan memfokuskan branding digital, media lama untuk penyampai pesan kepada seluruh lapisan masyarakat.

3.4. Membangun Konsensus

Sebuah keberhasilan dalam komunikasi politik yang dibangun tentunya tidak dihasilkan oleh strategi yang tidak tersusun secara baik dari tiap-tiap partai politik, pasangan calon memiliki nilai atau pandangan yang akan membawa mereka pada sebuah kemenangan dalam mendapatkan posisi yang diinginkan, setiap pandangan dalam politik tentunya memiliki perspektif yang berbeda-beda akan tetapi hal ini harus menjadi satu untuk membangun strategi yang sejalan dengan apa yang akan diharapkan.

a. Seni Berkompromi

Dalam membangun komunikasi politik yang terarah, seseorang tokoh diwajibkan memiliki nilai kekuatan dalam berkompromi yang akan memuluskan jalannya dalam mendapatkan strategi yang baik. Dalam membangun koalisi yang baik antar partai politik yaitu keempat partai pengusung harus membangun visi dan misi yang sama, memiliki langkah-langkah yang sama dan setiap partai-partai tersebut harus melakukan koordinasi, konsolidasi serta komunikasi yang harus dibangun dengan baik. Harmonisasi partai pengusung menjadi kunci utama untuk melakukan koordinasi yang akan memenangkan suara pemilih, koordinasi yang baik, konsolidasi harus dibangun dengan kesamaan sudut pandang pada proses pemilihan langkah-langkah yang akan dilakukan.

b. Bersedia Membuka Diri

Dalam menjalankan peran politik tentunya akan dihadapkan dengan berbagai perbedaan pandangan dari tiap-tiap partai politik yang tergabung dalam koalisi, hal ini sebaiknya digunakan dalam usaha untuk membuka diri baik dari pasangan calon maupun partai politik dengan menggunakan pendekatan komunikasi. Dalam sebuah usaha mencapai tujuan politik, setiap pasangan yang maju harus membangun sebuah kesepakatan dengan pihak-pihak yang terlibat didalamnya. Berbagai kegiatan seperti lobi politik, bersedia membuka diri hingga seni berkompromi akan menjadi pelicin dalam memuluskan strategi yang digunakan pasangan calon pada pilkada 2018 Kota Serang. Untuk menghindari sebuah konflik internal dan eksternal para tokoh harus mampu membuka wawasan seluas mungkin dalam mempertahankan gagasannya, selain itu dengan memperluas wawasan akan menambah pengetahuan baru dalam mencari cara memuluskan keinginannya dalam memenangkan pemilihan.

3.5. Faktor Pendukung dan Penghambat

a. Faktor Pendukung

1. Memiliki Jalur Infrastruktur Yang Baik

Beberapa partai pengusung serta tim sukses dari pasangan pemenang memiliki infrastruktur yang baik sampai ke tingkat tps, dimana kita memiliki mesin partai dan mesin kader yang solid serta memiliki dana yang cukup untuk memenuhi kebutuhan kampanye, jadi semua itu termasuk instrument pendukung.

2. Memiliki Visi dan misi Yang Kuat Dalam Koalisi

Pasangan Syafrudin-Subadri hanya diusung oleh partai politik dalam jumlah yang kecil dibanding dengan pasangan pesaing tetapi hal itu tidak membuat semangat pasangan Syafrudin-subadri

lemah, kedua pasangan membentuk visi dan misi yang selaras serta memiliki langkah yang sama untuk satu tujuan.

b. Faktor Penghambat

1. Adanya Fragmentisme Pemilih Serta Menghadapi Masyarakat Yang Pendidikannya Kurang
Penerapan komunikasi politik ada yang tidak bisa dikendalikan baik oleh pasangan atau partai politik, yaitu adanya fragmentisme pemilih artinya harus memberikan suatu edukasi politik kepada masyarakat serta dalam menghadapi masyarakat yang pendidikannya kurang.

2. Kurangnya Dukungan Partai Politik Yang Besar

Partai politik pengusung pasangan Syafrudin-Subadri hanya diusung oleh partai politik dalam jumlah yang kecil sedangkan pasangan pesaing didukung oleh partai politik dalam jumlah yang banyak dan besar.

3.6. Analisis SWOT

Berdasarkan faktor internal tersebut peneliti bisa mengetahui kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunitiy*), ancaman (*treath*).

1. Kekuatan (*strength*):

a. Keduanya merupakan tokoh lokal di Kota Serang.

b. Pasangan pememenang memiliki kopetensi di bidang pemerintahan karena adanya pengalaman kerja di pemerintahan eksekutif dan legislatif.

c. Kedua pasangan tersebut memilki karakter yang bagus dan keinginan yang kuat serta visi dan misi yang sama.

d. Adanya anggaran dana yang cukup.

2. Kelemahan (*weakness*):

a. Adanya konflik internal partai pengusung.

b. Tidak didukungnya parta politik besar.

3. Peluang (*opportunitiy*):

a. Pasangan pemenang memilki citra yang baik di kalangan masyarakat.

b. Riwayat pasangan pesaing yang kurang baik di kalangan masyarakat.

c. Pesan politik pasangan pesaing tidak sesuai dan dianggap tidak tepat dengan keadaan Kota Serang.

d. Pasangan pesaing dianggap belum cakap dalam berpolitik serta dalam pemahaman situasi pemerintahan Kota Serang.

e. Jumlah partai pengusung yang tidak terlalu banyak memudahkan koalisi dalam menentukan strategi yang tepat.

f. Jumlah partai pengusung yang tidak terlalu banyak.

4. Ancaman (*treath*):

a. Banyaknya partai pengusung yang dimiliki oleh pesaing.

b. Pasangan pesaing dilatar belakangi oleh kultur budaya Oligarki.

**Tabel 2.
Matriks SWOT**

<p align="center">IFAS</p>	<p align="center">STRENGTHS (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keduanya merupakan tokoh lokal di Kota Serang. 2. Pasangan pemenang memiliki kompetensi di bidang pemerintahan karena adanya pengalaman kerja di pemerintahan eksekutif dan legislatif. 3. Kedua pasangan tersebut memiliki karakter yang bagus dan keinginan yang kuat serta visi dan misi yang sama. 4. Adanya anggaran dana yang cukup. 	<p align="center">WEAKNESS (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya konflik internal partai pengusung. 2. Tidak didukungnya parta politik besar.
<p align="center">EFAS</p>	<p align="center">(S-O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pasangan syafrudin-Subadri membangun citra baik kepada masyarakat Kota Serang dengan nilai-nilai religius dan kedekatan kedaerahan.(S1-O1) 2. Pasangan Pemenangan Syafrudin-Subadri meningkatkan riwayat kepemimpinan yang lebih baik dengan pengalaman-pengalaman kinerja pada pamerintahan.(S2-O2) 3. Pasangan Syafrudin-Subadri membangun visi dan misi yang sejalan dengan partai pengusung sehingga memudahkan pasangan ini menjalankan strategi politik dengan tepat.(S3-O5) 4. Pasangan pemenangan Syafrudin-Subadri meningkatkan strategi yang lebih terarah dan juga masyarakat Kota Serang melihat Syafrudin-Subadri sebagai pembeda arus politik di Kota Serang.(S3-O4) 	<p align="center">(W-O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pasangan Syafrudin-Subadri membangun peluang untuk membentuk karakter meraka dengan nilai-nilai yang diinginkan masyarakat Kota Serang.(W2-O1) 2. Sedikit nya partai koalisi yang dimiliki pasangan Syafrudin-Subadri memudahkan tim sukses untuk menentukan strategi yang tepat tanpa adanya peluang konflik yang besar antar partai pendukung.(S2-O5)
<p align="center">OPPURTUNITY (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pasangan pemenang memiliki citra yang baik di kalangan masyarakat. 2. Riwayat pasangan pesaing yang kurang baik di kalangan masyarakat 3. Pesan politik pasangan pesaing tidak sesuai dan dianggap tidak tepat dengan keadaan Kota Serang. 4. Pasangan pesaing dianggap belum cakap dalam berpolitik serta dalam pemahaman situasi pemerintahan Kota Serang. 5. Jumlah partai pengusung yang tidak terlalu banyak memudahkan koalisi dalam menentukan strategi yang tepat. 		

TREATH (T)	(S-T)	(W-T)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya partai pengusung yang dimiliki oleh pesaing. 2. Pasangan pesaing dilatar belakangi oleh kultur budaya Oligarki. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pasangan pemenang Syafrudin-Subadri membangun nilai religiusitas sesuai dengan karakteristik masyarakat Kota Serang.(S1-T1) 2. Pasnagan Syafrudin-Subadri membangun visi dan misi sesuai dengan yang masyarakat Kota Serang inginkan dengan nilai-nilai kedekatan lokal dan pembaharuan di dalam badan pemerintahan Provinsi Banten.(S2-T2) 3. Pasangan pemenang Syafrudin-Subadri membangun nilai kebarharuan dalam politik di Kota Serang.(S1-T2) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyamakan visi dan misi serta tujuan yang sama dari pasangan, timses dan partai politik.(W1-T1) 2. Pasangan pemenang meningkatkan sinegritas antar kedua belah pihak baik dari pasangan itu sendiri maupun partai politik pengusung.(W2-T2)

Sumber: Diolah oleh penulis, 2022

Berdasarkan perumusan strategi dengan menggunakan matriks SWOT diatas, didapatkan 11 strategi komunikasi politik oleh pasangan Syafrudin-Subadri pasangan pemenang PILKADA Kota Serang tahun 2018. Strategi tersebut antara lain:

1. Pasangan syafrudin-Subadri membangun citra baik kepada masyarakat Kota Serang dengan nilai-nilai religius dan kedekatan kedaerahan.
2. Pasangan Pemenangan Syafrudin-Subadri meningkatkan riwayat kepemimpinan yang lebih baik dengan pengalaman-pengalaman kinerja pada pamerintahan.
3. Pasangan Syafrudin-Subadri membangun visi dan misi yang sejalan dengan partai pengusung sehingga memudahkan pasangan ini menjalankan strategi politik dengan tepat.
4. Pasangan pemenang Syafrudin-Subadri meningkatkan strategi yang lebih terarah dan juga masyarakat Kota Serang melihat Syafrudin-Subadri sebagai pembeda arus politik di Kota Serang.
5. Pasangan Syafrudin-Subadri membangun peluang untuk membentuk karakter meraka dengan nilai-nilai yang diinginkan masyarakat Kota Serang.
6. Sedikit nya partai koalisi yang dimiliki pasangan Syafrudin-Subadri memudahkan tim sukses untuk menentukan strategi yang tepat tanpa adanya peluang konflik yang besar antar partai pendukung.
7. Pasangan pemenang Syafrudin-Subadri membangun nilai religiusitas sesuai dengan karakteristik masyarakat Kota Serang.
8. Pasangan Syafrudin-Subadri membangun visi dan misi sesuai dengan yang masyarakat Kota Serang inginkan dengan nilai-nilai kedekatan lokal dan pembaharuan di dalam badan pemerintahan Provinsi Banten.
9. Pasangan pemenang Syafrudin-Subadri membangun nilai kebarharuan dalam politik di Kota Serang.
10. Menyamakan visi dan misi serta tujuan yang sama dari pasangan, timses dan partai politik.
11. Pasangan pemenang meningkatkan sinegritas antar kedua belah pihak baik dari pasangan itu sendiri maupun partai politik pengusung.

Strategi yang telah ditemukan dapat berjalan dengan baik apabila dari pasangan pemenang, partai politik serta tim sukses saling menguatkan dalam menyamakan visi dan misi serta langkah yang sama sehingga komunikasi politik yang diterapkan berjalan dengan baik sesuai dengan tujuan bersama yang telah ditetapkan.

3.8. Diskusi Temuan Utama Penelitian

Komunikasi politik dalam kemenangan Pemilihan Kepala Daerah di Kota Serang memberikan banyak dampak positif terhadap hasil yang didapatkan dalam Pemilihan Kepala Daerah atau Pilkada Kota Serang tahun 2018. Komunikasi politik yang dijalankan telah sangat baik karena dengan terpilihnya pasangan Syafrudin-Subadri itu membuktikan bahwasanya pasangan tersebut telah mengimplementasikan komunikasi politik sebagai perantara antara pasangan, tim sukses, serta masyarakat untuk kemenangan pada Pilkada ini. komunikasi politik pada pasangan ini salah satunya dengan kampanye sebagai komunikasi politik yang nyata diterapkan sama seperti halnya penelitian oleh Aulia (2017). Aspek komunikasi politik yang diterapkan dalam kemenangan oleh pasangan ini yaitu dengan merawat ketokohan, memantapkan kelembagaan, menciptakan kebersamaan dan membangun consensus sama seperti halnya juga dengan penelitian Sofyan (2013). Komunikasi politik yang dijalin oleh pasangan Syafrudin-Subadri mengingat dengan perkembangan zaman yaitu era digitalisasi serta media sosial sama seperti halnya penelitian Budiyo (2016) yang telah menjadi sebagian dari kehidupan bernegara serta berpolitik itu sendiri telah diterapkan namun dalam pelaksanaannya pasangan ini tidak langsung melupakan media lama yang digunakan, karena masih banyak masyarakat yang kurang paham terhadap era digitalisasi jadi digunakan strategi komunikasi politik sederhana atau cara lama sama seperti halnya penelitian Desi (2020) disamping juga pasangan ini menerapkan kedua hal tersebut agar pesan yang disampaikan dapat menyeluruh.

Kemenangan pasangan Syafrudin-Subadri sangat menarik karena dilihat dari latar belakang partai politik yang mengusung hanya terdapat tiga partai politik dan partai yang mengusung merupakan partai yang tidak besar dan juga mampu mengalahkan pasangan yang syarat akan politik oligarki. Berbanding terbalik pada penelitian Fathan dkk (2019) dimana didapatkan pemilihan Gubernur Jawa Tengah tidak menarik didapatkan dari media massa yang ada. Selain itu juga pasangan Syafrudin-Subadri merupakan pasangan yang agamis sejalan dengan Kota Serang yang sangat mengedepankan agamisme dalam bermasyarakat sama halnya dengan penelitian Khoirul (2020) yang mana komunikasi politik dijalankan secara agamis juga. Hal tersebut dilakukan dalam membentuk citra pasangan yang sesuai dengan penyelenggaraan pemerintahan yang telah ada serta keadaan masyarakat. Karena jika pemimpin tidak sesuai dengan keadaan yang ada terlebih keadaan bermasyarakat maka pemimpin itu tidak akan diterima oleh masyarakat. Sangat perlu citra politik dilakukan oleh pasangan maupun partai politik tersebut sama seperti halnya penelitian oleh Khoirudin (2016) dengan membangun citra politik partai Golkar dengan *The Party of Idea*.

IV. KESIMPULAN

Penulis menyimpulkan mengenai komunikasi politik dalam kemenangan Pemilihan Kepala Daerah di Kota Serang menurut pendapat Anwar Arifin dengan teori komunikasi politik bahwa pasangan Syafrudin-Subadri dalam Pilkada Kota Serang Tahun 2018 mencoba membentuk karakter yang Religius dan merakyat sehingga pasangan pemenang bisa menempatkan dirinya sebagai rakyat guna mengetahui permasalahan-permasalahan yang ada di lingkungan masyarakat. Adapun faktor pendukung dalam penerapan komunikasi politik kemenangan ini yaitu memiliki jalur infrastruktur yang baik dan memiliki visi dan misi yang kuat dalam koalisi. Serta faktor penghambat yakni adanya

fragmatisme pemilih serta menghadapi masyarakat yang pendidikannya kurang serta tidak didukungnya oleh partai politik besar. Terdapat strategi komunikasi politik yang dijalankan oleh pasangan Syafrudin-Subadri dalam Pemenangan Pemilihan Kepala Daerah, strategi yang ditemukan melaluis analisis strategis SWOT menghasilkan 11 strategi.

Keterbatasan Penelitian. Penelitian ini memiliki keterbatasan utama yakni waktu dan biaya penelitian. Penelitian juga hanya dilakukan pada lokus yang telah ditetapkan sebagai model studi kasus yang dipilih berdasarkan pendapat Anwar Arifin mengenai penerapan komunikasi politik.

Arah Masa Depan Penelitian (*future work*). Penulis menyadari masih awalnya temuan penelitian, oleh karena itu penulis menyarankan agar dapat dilakukan penelitian lanjutan pada lokasi serupa berkaitan dengan komunikasi politik dalam pemenangan Pemilihan Kepala Daerah di Kota Serang untuk menemukan hasil yang lebih mendalam.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada Walikota serta Wakil Walikota Kota Serang, Keta Komisi Pemilihan Umum Kota Serang, Kepala Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Serang, Partai Politik pendukung pemenang serta tim sukses pemena pilkada 2018 telah memberikan kesempatan penulis untuk melaksanakan penelitian, dan seluruh pihak yang membantu dan mensukseskan pelaksanaan penelitian.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Anon. n.d. "Pilkada Kota Serang 2018: Pengamat Ini Beberkan Rahasia Kemenangan Syafrudin-Subadri - Kabar Banten." *Kabar Banten*. Retrieved September 23, 2021 (<https://kabaranten.pikiran-rakyat.com/serang/pr-59611914/pilkada-kota-serang-2018-pengamat-ini-beberkan-rahasia-kemenangan-syafrudinsubadri>).
- Arifin, Anwar Arifin. 2006. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Aulia, Muhammad. 2017. "KOMUNIKASI POLITIK AMINULLAH DAN ZAINAL ARIFIN MENJELANG PILKADA 2017." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah 2*.
- Budiardjo, Miriam. 2018. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Budiyono. 2016. "MEDIA SOSIAL SEBAGAI KOMUNIKASI POLITIK MENJELANG PILKADA DKI 2017." *Jurnal Komunikasi 11*.
- Eddyono, Luthfi Widagdo. 2010. "Penyelesaian Sengketa Kewenangan Lembaga Negara Oleh Mahkamah Konstitusi." *Jurnal Konstitusi Vol.7*.
- Fathan. 2019. "KOMUNIKASI POLITIK KONTESTAN PILKADA JAWA TENGAH 2018." Vol. 13.
- Harun, Rochajat, and A. P. Sumarno. 2006. *Komunikasi Politik Sebagai Suatu Pengantar*. Bandung: Mandar Manju.
- Hilmy, Muhammad Irfan. 2020. "FENOMENA GERAKAN POPULISME DALAM KEMUNDURAN DEMOKRASI." *Jurnal Civic Hukum volume 5:145-56*.
- Hollyson MZ, Rahmat dan Sundari. 2015. *Pilkada*. Jakarta: Penerbit Bestari.
- Khairul, Fahmi. 2016. *Pemilihan Umum Dalam Transisi Dmokrasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Misyuniarto, Khoirul Musthofa. 2020. "KOMUNIKASI POLITIK KIAI DALAM PEMILIHAN UMUM TAHUN 2019." *Jurna Ilmu Komunikasi Vol. 10*.
- Muchtar, Khoirudin. 2016. "KOMUNIKASI POLITIK DAN PEMBENTUKAN CITRA." *Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 14*
- Musanef. 2002. *Manajemen Kepegawaian Di Indonesia*. Jakarta: Gunung Agung.

- Pradhanawati, Ari. 2006. *Pilkada Langsung Tradisi Baru Demokrasi Lokal*. Surakarta: KOMPIP.
- Pranadjaja, Muhammad Rohidin. 2003. *Hubungan Antara Lembaga Pemerintahan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Rangkuti, Freddy. 2019. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Roni Tabroni. 2012. *Komunikasi Politik Pada Masa Era Multimedia*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sasongko, Restu W. 2016. *Sistem Pemilihan Kepala Daerah Secara Langsung Dan Partisipasi Politik Masyarakat*. Jatinangor: Literatur IPDN 2016.
- Sofyan, Nur. 2020. "STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK KOMISI PEMILIHAN UMUM DAERAH (KPU) KABUPATEN TEMANGGUNG DALAM PILKADA JATENG." *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi* 03.
- Strong, C. .. 2010. *Konstitusi-Konstitusi Politik Modern*. Bandung: Nusa Media.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CF.
- Sunarno, H. Siswanto. 2009. *Hukum Pemerintahan Daerah Di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Syafie. 1998. *Ekologi Pemerintahan*. Jakarta: PT.Prtja.
- Taliziduhu, Ndraha. 2003. *Kybernologi (Ilmu Pemerintahan Baru)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Widarwati, Desi. 2020. "STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK M.MIFTAH DALAM PEMENANGAN PEMILU 2019 DI SALATIGA." *Jurnal An-Nida* vol.12.
- Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah
- Undang-undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Penyelenggaraan Pemilihan Umum
- Undang-undang Nomor 6 Tahun 2020 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota
- Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 7 Tahun 2015 tentang kampanye pemilihan Gubernur, Bupati, dan Wakil Bupati dan / atau Walikota dan Wakil Walikota
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2011 tentang Partai politik

