

## STRATEGI DALAM MERENCANAKAN KAMPANYE DAN POLITIK KOMUNIKASI PEMBANGUNAN

<sup>1</sup> Winda Kustiawan: [windakustiawan@gmail.com](mailto:windakustiawan@gmail.com)

<sup>2</sup> Muridayani: [Muridayani02@gmail.com](mailto:Muridayani02@gmail.com)

<sup>3</sup> Rayan Al Ghazali: [rayanalghazali26@gmail.com](mailto:rayanalghazali26@gmail.com)


<sup>4</sup> M.Amirul Fahmi: [Fahmisiregarr144@gmail.com](mailto:Fahmisiregarr144@gmail.com)

<sup>5</sup> M. Ridho Ar Rasyid: [muhammadridhoarasyid03@gmail.com](mailto:muhammadridhoarasyid03@gmail.com)

<sup>6</sup> Arkanuddin Pdg: [arka110102@gmail.com](mailto:arka110102@gmail.com)

Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam

### Abstract

<p><b>Keywords:</b></p> <p>Communication Strategy, Campaign, Politics</p>	<p><i>One of the most important aspects of a political communication strategy is winning votes. The purpose of this study is to find out the political communication strategies used by candidates to win votes. Political leadership that considers the welfare of all residents of a region is very important for regional leaders. It takes time and process to become a good leader. Leadership is the ability to persuade others to do something the leader voluntarily wants. Regional heads can function as political officials and lead government in their regions, leaders must have an understanding of organization and society. The steps that will be designed by the government and implemented by the regions will make a tremendous difference to the areas to the community-oriented public services that will be offered. Provision of public services for the benefit of its citizens is the responsibility of the government as an institution. In addition, the state is obliged to fulfill the basic needs and rights of every citizen and citizen.</i></p> <p><i>This is an open access article under the <a href="https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/">CC BY-NC-SA</a> license</i></p> 
<p><b>Article history:</b></p> <p>Received : 2023-05-05 Revised : 2023-06-10 Accepted : 2023-06-17</p>	
<p><b>Corresponding Author:</b> Winda Kustiawan, dkk. ; Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam <a href="mailto:ahmad.junaedi@staff.unsika.ac.id">ahmad.junaedi@staff.unsika.ac.id</a></p>	

## **Pendahuluan**

Strategi pembangunan merupakan pembangunan yang juga tergantung pada modal negara atau paradigma pembangunan pengembangan dan menemukan strategi komunikasi. Kegiatan surat menyurat telah dipelajari secara luas oleh para ahli, secara keseluruhan mereka setuju bahwa surat menyurat mempunyai peran penting dalam pengembangan strategi komunikasi. maka dengan mereka melakukan perubahan dengan hal yang mereka sukai dan dikembangkan sehingga menghasilkan komunikasi yang lebih baik. Akibatnya, arah perubahan tersebut harus dikaitkan dengan peran komunikasi dalam pembangunan.

Proses perkembangan menekankan pada kepuasan batin dan kepuasan pada diri mereka karena lebih bisa mengaplikasikan strategi komunikasi dengan baik. Dilihat dari sudut pandang ilmu komunikasi mereka menyelidiki suatu problematika dengan metode yang satu orang menyampaikan pesan dengan cara untuk memperbaiki perilaku dan karakter mereka. Jadi perbaikan dalam hal ini mencakup tidak kurang dari tiga bagian yakni mereka yang dapat memberikan informasi kepada pemerintah atau daerah setempat. pesan tentang pembangunan yang meliputi gagasan atau program tentang pembangunan serta komunikasi tentang pembangunan, khususnya tentang masyarakat luas sebagai sasaran pembangunan. Rakyat daerah dipimpin oleh pemerintah daerah, atau Kepala Daerah. Penduduk di wilayah itu memilihnya secara langsung. Akibatnya, hal terpenting yang perlu dia lakukan adalah menunjukkan kepedulian terhadap isu-isu yang mempengaruhi mayoritas orang. Banyaknya isu yang menimbulkan konflik dan keresahan di daerah menunjukkan bahwa kepala daerah belum

berkomunikasi secara efektif kepada masyarakat dan anggotanya (Journal Zainal Gustina: 2018).

Pengetahuan komunikasi dapat menjadi alat yang sangat berguna dalam situasi ini memungkinkan. Dalam komunikasi organisasi, selalu mempelajari ilmu kepemimpinan. Perilaku satu atau lebih anggota kelompok yang berkontribusi pada keberhasilan kelompok disebut sebagai kepemimpinan.

Di bidang kepemimpinan, pemimpin daerah menjalankan kepemimpinan politik atas setiap aspek kehidupan penduduk suatu daerah. Kemampuan membujuk orang lain untuk melakukan apa yang diinginkan si pemimpi dimiliki oleh seorang pemimpin. Seorang kepala daerah yang merupakan pemegang kekuasaan politik dengan batas-batas dan pelopor pemerintahan di daerahnya harus memiliki administrasi kemasyarakatan. Dalam bidang organisasi, anggota kepala daerah menganut berbagai norma formal organisasi. Seorang pemimpin lokal memiliki kemampuan dan keterampilan pribadi untuk menggerakkan bawahannya dalam bidang sosial.

Dalam hal ini, faktor administratif lebih diutamakan daripada faktor sosial dan politik. Ia memperoleh kepemimpinan sosial melalui proses politik yang berujung pada posisinya sebagai kepala daerah. Komunikasi memiliki banyak kesamaan dengan kepemimpinan karena Pencapaian makna bersama adalah tujuan komunikasi karena makna yang dimaksud adalah makna yang diinginkan oleh satu pihak terhadap pihak lain, kesamaan makna ini pada hakekatnya merupakan upaya untuk mempengaruhi.

## **PEMBAHASAN**

### **1. Strategi Komunikasi**

Merupakan kemampuan partai politik untuk memenangkan pemilu sangat bergantung pada strategi komunikasinya. Penerapan komunikasi politik yang dikenal dengan kampanye politik dilakukan oleh seseorang (Anwar Arifin; 2003), sekelompok orang atau organisasi politik yang bertujuan untuk menumbuhkan citra dan pengaruh publik yang menguntungkan untuk memenangkan pemilu dalam pemilu lokal, pemilu presiden, atau pemilu paska konflik. Retorika politik merupakan salah satu jenis seni dan praktik komunikasi politik yang sudah lama diketahui oleh para aktivis politik dan politisi, agitasi politik, propagandisme politik, lobi politik, dan tindakan politik yang dapat dikerjakan sebagai bagian dari kegiatan politik terorganisir sebagai berikut: paska kampanye, hubungan masyarakat politik, dan pemasaran politik. Perkembangan ide dan opini publik yang baik terkait dengan setiap bentuk komunikasi politik. Hal ini dapat dikaitkan dengan berusaha terpilih untuk mendapatkan kewenangan politik dan posisi di legislatif atau eksekutif sehingga komunikator politik, khususnya politisi dan partai politiknya, dapat mengimplementasikan kebijakan politik yang sejalan dengan program politik, visi, dan misi..

### **1. Retorika Politik**

Adalah politik pada dasarnya digunakan dalam retorika untuk menghubungkan pembicara dan pendengar melalui ucapan, dan ide dengan retorika seperti halnya simbolisme. Dialog publik akan berkembang dan proses nya akan berlangsung jika pembicara berbicara kepada audiens secara terus terang. Dan Nimmo menyebutkan pidato adalah memasukkan retorika politik dalam tuturan

sebagai bentuk negosiasi akan menghasilkan suatu masyarakat yang ditandai dengan berlangsungnya negosiasi (konflik dan konsensus) (Dan Nimmo: 1989). Dalam retorikanya, Aristoteles membagi retorika politik menjadi tiga kategori: retorika demonstratif, retorika deliberatif, dan retorika forensik.

## **2. Agitasi politik**

Blumer mengatakan bahwa agitasi dimulai dengan menciptakan konflik dalam masyarakat yang memaksa publik untuk menghadapi fakta yang dialami selama ini penuh ketidak pastian dan beban dengan maksud menimbulkan kecemasan yang meluas.kemudian dengan menciptakan keadaan baru, orang tergerak untuk mendukung ideologi atau gagasan baru. Karena menghasut, mengancam, bisa membangkitkan ketidak puasan penonton dan mendorong pemberontakan, sehingga seringkali terjadi hal yang negatif.

## **3. Propaganda politik**

Propaganda merupakan Terlepas dari asal-usulnya sebagai kegiatan keagamaan (Katolik), propaganda telah lama dikenal penggunaannya dalam politik. Suatu kegiatan komunikasi politik yang dilakukan dengan cara yang baik dan sistematis serta memanfaatkan saran dengan maksud mempengaruhi seseorang atau sekelompok masyarakat disebut propaganda politik, masyarakat atau massa yang lebih banyak untuk menjalankan ide atau kegiatan tertentu dan mematuhi dengan kesadaran sendiri tanpa merasa terpaksa. Selain itu, ada beberapa jenis propaganda, termasuk propaganda terang-terangan, propaganda yang disengaja, dan propaganda yang tidak disengaja. Hubungan masyarakat politik dan informasi politik adalah dua bentuk lain dari propaganda politik yang secara aktif dilarang di negara-negara demokratis.

#### **4. Ruang politik**

Merupakan seni dan metode komunikasi yang sering digunakan dalam kegiatan politik. Pada perspektif dan daftar komunikasi politik melalui interaksi yang ditetapkan dalam bentuk komunikasi interpersonal dialogis atau secara langsung partai politik dan lobi merupakan tempat terjadinya diskusi politik. Pengaruh pribadi sangat penting dalam lobi politik. Dalam hal itu, kompetensi politisi, ketajaman pemecahan masalah, posisi, dan kepribadian memiliki dampak yang positif (signifikan).

#### **5. Tindakan politik**

Dalam perspektif pragmatis, aktivitas politik selalu menggunakan bentuk seni dan teknik komunikasi yang dapat dipandang sebagai komunikasi. Akibatnya, kampanye politik, retorika politik, dan lobi politik semuanya termasuk dalam kategori aksi politik, jika terjadi komunikasi politik, tindakan politik bermaksud untuk membangun citra politik publik, yaitu gambaran situasi politik bermakna. Komunikasi dan strategi politik adalah pilihan bersyarat umum tentang gerakan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan politik di masa depan. Bagian dari skema optimal komunikator dalam politik sebagai berikut :

##### **a. Ketokohan dan kelembagaan**

Ketika pesan politik dipengaruhi dengan cara lain oleh komunikasi politik, aktivis, profesional, atau tokoh politik yang institusinya mengirimkan pesan politik. Dengan kata lain, karakter seseorang adalah institusi politik sekaligus komunikator politik berhasil atau tidaknya komunikasi politik dalam mencapai tujuan dan sasarannya dalam hal ini menjaga karakter dan memperkuat kelembagaan ditentukan oleh pihak-pihak yang mendukungnya.

### **b. Menciptakan kebersamaan**

Langkah strategis kedua ialah memupuk persatuan antara orang dan politisi dengan mengetahui siapa mereka dan menulis pesan yang homophilic. Hal ini diperlukan agar komunikator politik memiliki rasa empati (Journal Alfiyani Nur: 2018).

Empati dan hemofilia adalah prasyarat untuk membangun dan menjaga karakter anggota parlemen, aktivis, dan pakar sebagai komunikator politik. Komunikator politik pertama-tama harus mengakui, untuk menciptakan hemofilia dan menunjukkan empati melalui persamaan kepentingan memahami kapasitas psikologis dan sosiokultural penonton untuk penyerapan dan pencegahan. Hal ini memerlukan berbagai tindakan, termasuk evaluasi, survei, dan verifikasi. Dengan memahami dan menyusun pesan yang akan dikirim kepada seseorang sehingga bisa meyakinkan si penerima pesan tersebut, serta menetapkan metode, dan memilih media.

### **c. Membangun konsensus**

Membangun adalah langkah strategis ketiga yang diperlukan untuk komunikasi politik konsensus antara politisi dari partai politik yang sama maupun antara politisi dari partai yang berbeda yang berfungsi sebagai perantara. Biasanya ini terjadi di lobi serta pertemuan dan uji coba, menggunakan model paradigma interaksional dalam komunikasi interaktif dalam perspektif global, ini, untuk mendorong dialog, setiap orang yang berinteraksi atau berkomunikasi memiliki kedudukan yang sama dan sejajar sehingga mendorong percakapan. Karena semua sudah diangkat pada kedudukan yang mulia, maka komunikasi interaksional disebut sebagai komunikasi kemanusiaan. Melalui pengembangan kebersamaan atau hemofilia melalui praktik empati, suasana logis harus dibangun. Hal ini

dimaksud untuk memberikan rasa kebersamaan kepada semua pihak sehingga mereka dapat berpartisipasi secara aktif. Salah satu taktik yang harus diketahui oleh seorang politikus ketika melakukan komunikasi politik adalah seni berkompromi dan kemauan untuk terbuka (Rachman Fadhilah: 2014).

## **2. Strategi Dalam Merencanakan Kampanye Dan Politik**

Adman Nursal mengatakan ada tiga macam strategi komunikasi politik, diantaranya melalui pemasaran produk politik langsung kepada calon pemilih, melalui media massa, dan melalui kelompok atau organisasi yang berpengaruh di masyarakat untuk memasarkan produk politik.

### **1. Push strategi**

Merupakan pengiriman materi politik partai kepada pemilih. menjual kandidat atau partai sebagai organisasi, strategi ini lebih fokus pada isu-isu yang menjadi perhatian pemilih. Sebuah partai politik menggunakan taktik ini untuk mencoba mendapatkan dukungan dengan merangsang pemilih. Individu harus cukup menonjol untuk diperhatikan untuk pergi ke survei dan keputusan yang mendukung. Dengan harapan pemilih akan mendukung calonnya, partai politik di negeri ini turut memberikan berbagai justifikasi yang rasional kepada pemilih. Pesan-pesan korespondensi politik teknik ini dilakukan langsung oleh pelamar atau majelis, atau bisa juga melalui relawan yang datang ke aparat terkait peraga kampanye.

Di sini, relawan bertugas mengumpulkan data persepsi, mengevaluasi dampak pesan, dan mendokumentasikan pergeseran sikap dan perilaku pemilih. Strategi ini paling sulit diterapkan dalam pemilu nasional karena membutuhkan investasi waktu dan uang yang tidak sedikit. Pendekatan ini cukup sederhana untuk



diterapkan di tingkat lokal. Bisa dikatakan partai politik atau caleg menggunakan push strategi, yaitu, jika partai politik atau kandidatnya berpartisipasi langsung dalam kampanye sebagai komunikator, adalah mereka yang dikirim dengan tujuan untuk mengetahui dari golongan menengah ke atas atau golongan menengah ke bawah.

## **2. Pull strategi**

Merupakan penyebaran materi politik melalui media massa cetak dan elektronik. Kandidat atau partai politik dengan sejarah sumber pendanaan yang cukup dengan harapan dapat membangun citra publik yang baik. Strategi ini memiliki keuntungan dapat mengirimkan banyak pesan kepada publik sekaligus, tetapi tidak mungkin untuk mengukur seberapa efektif pesan tersebut. Partai politik atau caleg dapat dikatakan menggunakan strategi tarik jika komunikator kampanyenya memanfaatkan media serta media sosial yang digunakan oleh banyak orang saat ini. Media digunakan untuk menyampaikan pesan politik yang terencana, dan orang yang menjadi komunikator pesan politik adalah mereka termasuk orang-orang dari kelas menengah ke atas dan kelas menengah ke bawah yang memiliki media dan aktif di media sosial.

## **3. Pass strategi,**

Merupakan transmisi pesan oleh individu, kelompok, atau organisasi yang berpotensi memengaruhi opini pemilih. Karena jika terjadi kesalahan akan berdampak buruk pada pesan politik yang disampaikannya, strategi ini perlu dilaksanakan dengan hati-hati. Pendekatan strategi ini harus disesuaikan dengan karakteristik individu, kelompok, dan organisasi. Kesuksesan bergantung pada seberapa penting dan berpengaruh pemilih terhadap individu, kelompok, atau organisasi. Strategi

pass dapat digunakan oleh partai politik atau calon legislatif, khususnya jika partai politik atau kandidat terkait menggunakan tokoh masyarakat berpengaruh atau organisasi masyarakat lokal dalam kampanye mereka sebagai komunikator, Pesan politik tertulis baik disampaikan secara langsung dengan memerintahkan tokoh masyarakat atau melalui perantara tokoh masyarakat setempat. Orang yang masih memegang teguh tradisi adalah orang yang menjadi pembawa pesan politik, Pesan politik kemudian dikomunikasikan melalui saluran komunikasi dalam rangka memenuhi perintah dari pimpinan daerah.

### **Kesimpulan**

Makna komunikasi pembangunan juga tergantung pada modal negara atau paradigma pembangunan. Menemukan strategi komunikasi untuk pembangunan adalah proses yang menekankan keselarasan antara kepuasan internal dan aspek kemajuan eksternal, jika dilihat dari segi ilmu komunikasi, yang juga mempelajari masalah proses, seperti bagaimana seseorang menyampaikan pesannya kepada orang lain untuk mengubah pikiran, perasaan, dan tindakannya. Oleh karena itu, pembangunan pada hakikatnya paling tidak terdiri dari tiga komponen: komunikator pembangunan (yang bisa anggota masyarakat atau pejabat pemerintah), pesan tentang pembangunan yang meliputi gagasan atau program tentang pembangunan serta komunikasi tentang pembangunan, khususnya tentang masyarakat luas sebagai sasaran pembangunan.

Kemampuan partai politik untuk memenangkan pemilu sangat bergantung pada strategi komunikasinya. Penerapan komunikasi politik yang dikenal dengan istilah “kampanye politik” adalah salah satu yang dilakukan oleh satu orang, sekelompok orang, atau organisasi politik dengan maksud untuk membentuk dan

membina citra dan opini publik yang menguntungkan guna memenangkan pemilihan dalam suatu pemilihan umum. pemilu, pilukada, atau pemilu presiden. Berikut adalah strategi komunikasi politik:

1. Retorika Politik
2. Agitasi politik
3. Propaganda politik
4. Ruang politik
5. Tindakan politik

## **DAFTAR PUSTAKA**

Alfiyani Nur *Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Politik*, 2018

Anwar Arifin, *Komunikasi Politik: Paradigma – Teori – Aplikasi - Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*, (Jakarta: PT. Balai Pustaka, 2003)

Dan Nimmo, *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan dan Media* (Edisi Terjemahan oleh Tjun Surjaman), (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1989)

Rachman Fadhilah, *Strategi Komunikasi Politik partai Demokrasi Indonesia Perjuangan dalam Pemilihan Umum 2014*

Rachman Fadhilah, *Strategi Komunikasi Politik partai Demokrasi Indonesia Perjuangan dalam Pemilihan Umum 2014* hlm.18

Zainal Gustina *strategi komunikasi politik pemerintah Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pedesaan*, 2018