

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK DPC PDI PERJUANGAN SURABAYA PADA PEMILU LEGISLATIF 2019

Abdul Hakim dan Redi Panuju

Universitas dr Soetomo Surabaya

Alamat Email : hakimsaja@gmail.com dan redipanju@gmail.com

Abstrak

Dewan Pengurus Cabang (DPC) Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) Surabaya is a local political party which succeeded in preserving its victory in the 2019 Legislative Election with the acquisition of 15 seats. This study aims to determine the political communication strategies used by the Indonesian Democratic Party of Struggle (PDIP) during the 2019 elections. This study uses a qualitative approach with employing in-depth interview and observation methods. The data obtained were analyzed through an interactive analysis model including data reduction, data display, and drawing conclusions. This research finds the PDI Perjuangan political communication model is more based on the transactional model. This communication model illustrates the ongoing communication process between the sender of the message (party and candidates) and the recipient of the message (community). Of course, during the campaign there were obstacles or disturbances, one of which was money politics. As a consequence, the community should elects their candidates and parties during the 2019 Elections.

Keywords: *Political Strategy, Political Communication, Legislative Elections and PDI Perjuangan*

Intisari

DPC Partai Demokrasi Indonesia (PDI) Perjuangan Kota Surabaya merupakan politik lokal yang berhasil mempertahankan kemenangan di Pemilu Legislatif 2019 dengan perolehan 15 kursi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi politik yang dipakai PDI Perjuangan selama Pemilu 2019. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode

observasi dan wawancara mendalam. Data yang diperoleh dianalisis dengan model analisis interaktif meliputi reduksi data, sajian data, dan penarikan simpulan. Temuan penelitian ini adalah model komunikasi politik PDI Perjuangan lebih pada model transaksional. Model komunikasi ini menggambarkan proses komunikasi yang berlangsung secara berkesinambungan antara pengirim pesan (partai dan caleg) serta penerima pesan (masyarakat). Kendala utama selama kampanye yaitu politik uang, sebagai umpan balik (feedback), masyarakat memilih caleg dan partai tersebut saat Pemilu 2019.

Kata Kunci:Strategi Politik, Komunikasi Politik, Pemilu Legislatif dan PDI Perjuangan

Pendahuluan

Negara yang menganut sistem pemerintahan demokrasi maupun yang sedang membangun proses demokratisasi, partai politik menjadi sarana demokrasi yang bisa berperan sebagai penghubung antara rakyat dan pemerintah. Pemilu hanyalah salah satu instrument politik untuk menguji legitimasi partai politik dan figure yang terlibat dalam kontestasi politik. Karena itu pemilu bukan hanya persoalan coblosan melainkan juga persoalan partisipasi politik¹

Pembentukan partai politik berdasarkan atas prinsip-prinsip demokrasi, yakni pemerintahan yang dipimpin oleh mayoritas melalui pemilihan umum. Untuk menciptakan pemerintahan mayoritas maka diperlukan partai-partai yang dapat digunakan sebagai kendaraan politik untuk ikut dalam pemilihan umum. Melalui partai politik, rakyat berhak menentukan siapa yang akan menjadi wakil mereka dan siapa akan menjadi pemimpin yang menentukan kebijakan umum. Ketika demokrasi mendapat perhatian yang luas dari masyarakat dunia, penyelenggaraan Pemilihan Umum (Pemilu) yang demokratis menjadi syarat penting dalam pembentukan kepemimpinan sebuah negara. Pemilu memiliki fungsi utama untuk menghasilkan kepemimpinan yang benar-benar mendekati kehendak rakyat. Oleh karena itu, pemilu merupakan salah satu sarana legitimasi kekuasaan.

Dalam kedudukannya sebagai pilar demokrasi, peran partai politik dalam sistem perpolitikan nasional merupakan wadah seleksi kepemimpinan nasional dan daerah. Peran partai politik dalam sistem demokrasi juga merupakan langkah strategis yang tidak saja sebagai artikulasi program dan kebijakan politik secara luas namun

1 Redi Panuju, *Pemilu Bukan Sekedar Urusan Coblosan*, Jawa Pos, 2018, hlm.4

juga berorientasi pada pengembangan dan peningkatan konstituensi menghadapi agenda demokrasi melalui pemilu.

Pengalaman dalam rangkaian penyelenggaraan seleksi kepemimpinan nasional dan daerah melalui pemilu membuktikan keberhasilan partai politik sebagai pilar demokrasi. Penyelenggaraan pemilu tahun 2004, 2009, 2014 dan 2019 dinilai cukup berhasil oleh banyak kalangan, meski secara teknis masih banyak kekurangan di sana-sini. Bahkan untuk Pemilu 2019 yang digelar serentak pada 17 April 2019 telah memakan banyak korban jiwa, khususnya para penyelenggara pemilu tingkat bawah yakni petugas Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara (KPPS). Data Komisi Pemilihan Umum (KPU) RI hingga 2 Mei 2019 menunjukkan sebanyak 412 petugas Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara (KPPS) di beberapa daerah di Indonesia meninggal dunia karena kelelahan saat bertugas di Pemilu 2019².

Meski demikian, dapat dikatakan bahwa sistem perpolitikan nasional dipandang mulai sejalan dengan penataan kehidupan berbangsa dan bernegara yang di dalamnya mencakup penataan partai politik. Peran partai politik telah memberikan kontribusi yang signifikan bagi sistem perpolitikan nasional, terutama dalam kehidupan masyarakat Indonesia yang dinamis dan sedang berubah. Jika kapasitas dan kinerja partai politik dapat ditingkatkan, maka hal ini akan berpengaruh besar terhadap peningkatan kualitas demokrasi dan kinerja sistem politik. Oleh karena itu, peran partai politik perlu ditingkatkan baik secara kapasitas, kualitas, dan kinerjanya agar dapat mewujudkan aspirasi dan kehendak rakyat dan meningkatkan kualitas demokrasi.

Pemilu dalam sistem demokrasi di Indonesia merupakan agenda lima tahunan yang diatur secara tegas dalam konstitusi. Melalui agenda pemilu tersebut setiap partai politik di Indonesia berupaya menguasai lembaga legislatif baik pusat maupun daerah. Penguasaan kursi di lembaga legislatif tersebut dimungkinkan menjadi arena strategis untuk menguasai kebijakan publik sesuai dengan tugas dan fungsi yang dimiliki. Pemilu legislatif adalah pemilihan jabatan publik yang merepresentasikan kehendak atau aspirasi rakyat dan keterwakilan rakyat, seperti anggota DPR, anggota DPD dan anggota DPRD provinsi/kabupaten/kota. Melalui Pemilu legislatif, masyarakat

2 Ramadhan.Jummy Azhari. (2019). 412 Petugas KPPS Pemilu 2019 Meninggal Saat Bertugas. Diakses dari <https://megapolitan.kompas.com/read/2019/05/03/17385231/412-petugas-kpps-pemilu-2019-meninggal-saat-bertugas>

secara tidak langsung diajarkan mengikuti proses politik. Pemilu mempunyai daya tarik bagi siapa saja yang ingin menjadi penguasa dan mempertahankan kekuasaannya.

Terlepas dari berbagai pragmatisme kekuasaan berikut kepentingan yang meruanglingkupi, dinamika komunikasi politik kepartaian di Indonesia menampilkan dinamika realitas yang menyebabkan kehadiran politik uang (*money politic*) dalam setiap agenda politik baik Pemilihan Anggota Legislatif (Pileg) maupun Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada). Penguasaan proses kebijakan tersebut pada satu sisi menegaskan diri sebagai representasi masyarakat meski pada sisi lain tidak bisa mengabaikan berbagai orientasi kepentingan baik yang tampak maupun tersembunyi. Penguasaan kebijakan publik sebagai tanggung jawab politik terhadap konstituen merupakan aspek normatif guna mewujudkan kedaulatan rakyat melalui demokrasi representatif (*representative democracy*). Meski demikian, tujuan normatif tersebut kerap kali mengalami pergeseran ditengah pragmatisme kekuasaan yang berorientasi pada kepentingan personal, ideologis dan primordial.

Runtuhnya Orde Baru pada Mei 1998 menandai kelahiran era baru politik kepartaian di Indonesia. Oleh sebagian kalangan, berdirinya ratusan partai politik yang kemudian mengalami seleksi pada pemilu 1999 menjadi 48 partai politik sudah menegaskan terjadinya perubahan politik. Meski demikian, pelaksanaan pemilu mulai tahun 1999, 2004, 2009, 2014 dan 2019 telah mengalami banyak pergeseran dan perubahan terutama jika dikaitkan dengan aspek ideologi. De-ideologisasi politik yang diterapkan oleh rezim Orde Baru masih berpengaruh pada perilaku dan pemikiran politik masyarakat. Realitas ini berdampak pada perolehan suara partai politik yang masih mengandalkan pertimbangan ideologi.

Tidak hanya itu, Pemilu 2019 juga berbeda dengan pemilu sebelumnya. Pada Pemilu 2014, Pileg dan Pilpres diselenggarakan secara terpisah. Saat itu, Pileg digelar lebih dahulu pada 9 April 2014, sedangkan Pilpres diselenggarakan 3 bulan setelahnya atau pada 9 Juli 2014. Sementara Pemilu 2019, Pileg dan Pilpres digelar secara serentak dalam satu hari pada 17 April 2019. Begitu juga ambang batas parlemen atau *parliamentary threshold* yang harus dicapai parpol untuk menempatkan kadernya di DPR naik menjadi 4 persen pada Pemilu 2019. Angka itu naik 0,5 persen apabila dibandingkan pada Pileg 2014 sebesar 3,5 persen.

Begitu juga dengan metode penghitungan jumlah kursi

pada Pemilu 2019 juga berbeda dengan Pemilu 2014. Jika Pemilu 2014 memakai metode BPP (Bilangan Pembagi Pemilih) atau *Quote Harre* dalam menentukan jumlah kursi, maka pemilu kali ini akan menggunakan teknik *Sainte Lague* untuk menghitung suara. Metode tersebut diperkenalkan oleh seorang matematikawan asal Perancis bernama Andre Sainte Lague pada tahun 1910. Caranya, parpol yang memenuhi ambang batas parlemen empat persen suaranya akan dibagi dengan bilangan pembagi 1 yang diikuti secara berurutan dengan bilangan ganjil 3, 5, 7 dan seterusnya.

Partai Demokrasi Indonesia (PDI) Perjuangan merupakan salah satu partai lama yang telah mengikuti beberapa kali pemilu. Pencapaian PDI Perjuangan pada pemilu mengalami pasang surut (Hakim/kompas, 2018). Pada Pemilu 1999, PDI Perjuangan memperoleh 35.689.073 atau 33,74 persen suara dengan 153 kursi di DPR. Akan tetapi, pada Pemilu 2004, suara PDI Perjuangan tergerus. Partai ini mendapatkan 21.026.629 atau 18,53 persen suara dengan 109 kursi di DPR. Perolehan suara PDI Perjuangan kembali mengalami penurunan pada Pemilu 2009, dengan perolehan 14.600.091 atau 14,03 persen suara dan mendapatkan 95 kursi di DPR. Namun pada Pemilu 2014, perolehan suara PDI Perjuangan mengalami kenaikan hingga 23.681.471 atau 18,95 persen suara dengan raihan 109 kursi DPR. PDI Perjuangan kembali berjaya dengan memenangkan pemilu serentak 2019 baik untuk Pemilihan Legislatif dengan perolehan 27.053.961 atau 19,33 persen suara. Dengan demikian PDI Perjuangan dipastikan mendapatkan 128 kursi di DPR RI. Selain itu PDI Perjuangan bersama partai koalisinya juga berhasil memenangkan Capres dan Cawapres, Joko Widodo dan Ma'ruf Amin dalam Pemilihan Presiden 2019. Jumlah perolehan suara Jokowi-Ma'ruf dalam rekapitulasi KPU RI mencapai 85.607.362 atau 55,50 persen suara, sedangkan perolehan suara Prabowo-Sandi sebanyak 68.650.239 atau 44,50 persen suara. Selisih suara kedua pasangan mencapai 16.957.123 atau 11 persen suara³.

Begitu halnya PDI Perjuangan di Kota Surabaya juga meraih kemenangan dalam Pemilu 2019. Berdasarkan hasil rekapitulasi suara di KPU Surabaya yang selesai dilaksanakan pada 7 Mei 2019, PDI Perjuangan mampu mempertahankan kemenangan dengan mendapatkan 15 kursi dalam Pemilu 2019. PDI Perjuangan mengalami kenaikan jumlah pemilih dari pemilu 2014 sebanyak 356.208 suara

3 Farisa, Fitria Chusna. 2019. Hasil Pilpres 2019: Jokowi-Ma'ruf 55,50 Persen, Prabowo-Sandi 44,50 Persen, Selisih 16,9 Juta Suara. Diakses dari <https://nasional.kompas.com/read/2019/05/21/02440251/hasil-pilpres-2019-jokowi-maruf-5550-persen-prabowo-sandi-4450-persen>

menjadi 418.873 di Pemilu 2019 atau naik sebanyak 62.665 suara. Namun, secara elektoral PDI Perjuangan Surabaya pada Pemilu 2014 memperoleh 29,9 persen dari total suara sah, tetapi di Pemilu 2019 ini mengalami penurunan menjadi 28,56 persen⁴.

Penelitian ini menitikberatkan pada strategi komunikasi yang dijalankan oleh DPC PDI Perjuangan Surabaya dengan didasarkan pada realitas politik dalam pemilu legislatif yang diselenggarakan pada 17 April 2019, dimana partai ini mampu mempertahankan sebagai pemenang pemilu. Hal ini berbeda dengan partai pemenang sebelumnya, yakni Partai Demokrat yang memenangkan pemilu 2009. Kemenangan Partai Demokrat baik secara nasional maupun lokal di Kota Surabaya, ternyata tidak mampu bertahan pada pemilu 2014. Tentunya hal itu juga tidak bisa dilepaskan dari berbagai kecenderungan komunikasi politik secara makro. Dengan kata lain, kecenderungan yang terjadi pada tingkat pusat tentang perolehan suara suatu partai politik bisa menjadi variabel pengaruh untuk memahami kuantitas perolehan suara pada tingkat lokal.

Bahkan, PDI Perjuangan sempat diserang dengan isu primordial berupa pro Partai Komunis Indonesia (PKI) dan anti Islam menjelang Pemilu 2019. Seperti halnya cuitan Ustadz Alfian Tanjung yang menyebut 85 persen kader PDI Perjuangan adalah PKI dan tulisan Mantan wartawan BBC, Asyari Usman berjudul "Untuk Saudaraku, Warga PDIP" yang berisi pandangannya terkait pertentangan antara partai banteng dengan Islam. Serangan terhadap PDI Perjuangan menjelang Pemilu 2019 bisa dikatakan dikatakan keras. Namun hal itu tidak menyurutkan atau menurunkan semangat para kader dan pengurus PDI Perjuangan baik ditingkat pusat maupun daerah untuk menangkal isu-isu tersebut sehingga suara PDI Perjuangan dalam Pemilu 2019 tidak mengalami perubahan dan tetap sebagai pemenang pemilu. Kemenangan PDI Perjuangan di tingkat nasional, diikuti kemenangan partai di tingkat lokal seperti Kota Surabaya. Selama ini diketahui Kota Surabaya khususnya, dan Provinsi Jawa Timur pada umumnya merupakan barometer nasional. Jika partai di kota dan provinsi tersebut kalah, maka di tingkat nasional juga kalah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi politik yang dipakai DPC PDI Perjuangan Surabaya dalam mempertahankan kemenangan di Pemilu Legislatif 2019 sekaligus

4 Hakim, Abdul. Kenaikan suara PDIP Surabaya tidak sejalan kenaikan persentasenya. Diakses dari <https://jatim.antaranews.com/berita/295615/kenaikan-suara-pdip-surabaya-tidak-sejalan-kenaikan-persentasenya>

berusaha menggambarkan pola interaksi para calon anggota legislatif dengan warga atau konstituen selama proses kampanye. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, metode yang digunakan adalah observasi partisipan ditambah dengan wawancara mendalam. Data yang diperoleh dianalisis dengan model analisis interaktif meliputi reduksi data, sajian data dan penarikan simpulan.

Wawancara mendalam dan observasi partisipasi dilakukan di kantor DPC PDI Perjuangan Surabaya, rumah dinas Wakil Wali Kota Surabaya, kantor DPRD Surabaya dan rumah Direktur Eksekutif Surabaya Consulting Group (SCG). Adapun informan yang dipilih yakni Whisnu Sakti Buana (Ketua DPC PDI Perjuangan Surabaya Periode 2014-2019 dan Wakil Wali Kota Surabaya), Adi Sutarwijono (Ketua Badan Pemenangan Pemilu DPC PDI Perjuangan Surabaya Periode 2014-2019 dan Ketua DPC PDI Perjuangan Surabaya Periode 2019-2024), Anugrah Ariyadi (Wakil Ketua DPC PDI Perjuangan Surabaya Periode 2014-2019), Sukadar (Ketua Bidang Organisasi, Kaderisasi dan Keanggotaan DPC PDIP Kota Surabaya Periode 2014-2019 dan Ketua Fraksi PDI Perjuangan DPRD Surabaya Periode 2014-2019), Baktiono (Caleg Petahana PDI Perjuangan peraih suara terbanyak sekaligus Sekretaris DPC PDI Perjuangan Periode 2019-2024), Riswanto (Caleg petahana PDI Perjuangan yang pindah dapil dan Ketua PAC Bulak PDI Perjuangan), Norma Yunita (Caleg baru PDI Perjuangan) dan Didik Prasetyono (Direktur Eksekutif Surabaya Consulting Group/SCG). Penelitian ini dilakukan pada bulan 27 Mei 9 Juli 2019.

Antara Strategi Moral dan Pragmatisme Konstituen

Strategi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi merupakan rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus⁵. Strategi juga dikatakan sebagai perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya⁶.

Sedangkan politik, menurut Aristoteles adalah cara untuk meningkatkan kapabilitas seseorang dalam memperoleh kehidupan sosial tertinggi hanya dengan berhubungan dengan orang lain di dalam sebuah entitas yang disebut negara⁷. Politik bisa dikatakan

5 Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2014, hlm 1.340

6 Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), hlm 32

7 Ikhsan Darmawan, *Mengenal Ilmu Politik*, (Jakarta: PT Kompas Media

proses yang kompleks yang melibatkan sikap dan kepentingan dari warga negara, kelompok atau organisasi, proses pemilu dan lobi, seperti halnya formulasi, implementasi dan interpretasi terhadap undang-undang. Seperti yang dikatakan Joyce Mitchel, bahwa politik adalah pengambilan keputusan kolektif atau pembuatan kebijakan umum untuk masyarakat seluruhnya⁸.

Dengan demikian, strategi politik adalah ilmu tentang teknik, taktik, cara, kiat yang dikelola oleh politisi untuk mendapatkan dan mempertahankan sumber-sumber kekuasaan, merumuskan dan melaksanakan keputusan politik sesuai yang diinginkan. Strategi politik adalah strategi yang digunakan untuk merealisasikan cita-cita politik. Contohnya adalah pemberlakuan peraturan baru, pembentukan suatu struktur baru dalam administrasi pemerintah atau dijalankannya program deregulasi, privatisasi atau desentralisasi⁹. Tanpa strategi politik perubahan jangka panjang atau proyek-proyek besar sama sekali tidak dapat diwujudkan. Politisi yang baik berusaha merealisasikan rencana yang ambisius tanpa strategi, seringkali menjadi pihak yang harus bertanggung jawab dalam menciptakan kondisi sosial yang menyebabkan jutaan manusia menderita.

Dalam strategi politik sangat penting mengenal strategi komunikasi. Strategi komunikasi membawa keuntungan yang jelas bagi seseorang, atau yang selama ini diabaikan oleh lawan. Citra yang diinginkan (*target image*) antara lain dalam proses implementasi, kelemahan pemerintah dan satuan eksekutif terutama sekali terletak di bidang kehumasan, target image menetapkan landasan bagi pekerjaan kehumasan, dan semua tindakan kehumasan hanya bertujuan untuk menyebarkan citra ini dan menanamkan dalam benak kelompok sasaran-sasaran. Citra yang diinginkan terkait dengan pilihan tema, gaya, cara konfrontasi dan tawaran sumber daya manusia¹⁰ dikemukakan Peter Schroder meliputi *Strategi Defect, Cooperate, Random, Per Kind, Per Nast, Spite, Soft Majority, Tit For Tat, Mistrust, Prober* dan *Strategi Paolov*. Panuju menambahkan bahwa citra merupakan hasil persepsi public terhadap partai politik dan tingkah laku elite-nya dalam kehidupan berbangsa, bermasyarakat, dan

Nusantara, 2015), hlm. 6

8 Eman Hermawan, *Politik Membela Yang Benar, Terori, Kritik dan Nalar*. (Yogyakarta: LKIS), 2001, hlm.2

9 Peter Schrooder, *Strategi Politik*, Edisi Revisi, (Jakarta: FNS, 2013), hlm. 5-7

10 Rainer Adam, *Polical Marketing : Strategi Membangun Konstituen Dengan Pendekatan PR*, (Surakarta: Sebelas Maret University Press, 2010), hlm. 4-8

bernegara yang terekam melalui media komunikasi¹¹.

Komunikasi politik adalah suatu proses pengoperan lambang-lambang atau simbol-simbol komunikasi yang berisi pesan-pesan politik dari seseorang atau kelompok kepada orang lain dengan tujuan untuk membuka wawasan atau cara berpikir, serta mempengaruhi sikap dan tingkah laku khalayak yang menjadi target politik. Unsur komunikasi politik seperti halnya dengan disiplin komunikasi lainnya, Cangara¹² dalam bukunya menyebut komunikasi politik terdiri atas beberapa unsur yakni sumber (komunikator), pesan, media atau saluran, penerima dan efek. Sedangkan model komunikasi politik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Model Linier (komunikasi satu arah dari pengirim pesan kepada penerima pesan), Model Interaktif (Komunikasi dua arah, dari pengirim ke penerima dan sebaliknya) dan Model Transaksional (proses komunikasi yang berlangsung secara berkesinambungan dimana pengirim dan penerima saling bertukar peran dan bertukar tempat secara seimbang).

Adapun partai politik menurut Budiardjo, adalah suatu kelompok yang terorganisasi dimana anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai dan cita-cita yang sama. Tujuan kelompok ini ialah untuk memperoleh kekuasaan politik dan merebut kedudukan politik—biasanya dengan cara konstitusional—untuk melaksanakan programnya. Sedangkan Pemilihan Umum (Pemilu) sebagai alat demokrasi yang berarti memposisikan pemilu dalam fungsi asasi sehingga wahana pembentuk *resfrentative government*¹³

Politik adalah proses pemilihan orang-orang untuk mengisi jabatan-jabatan politik tertentu. Jabatan-jabatan tersebut beraneka ragam, mulai dari presiden, wakil rakyat di berbagai tingkat pemerintahan, sampai kepala desa. Pemilu merupakan mekanisme pemimpin-pemimpin yang akan menduduki jabatan politik strategis tertentu di dalam lembaga-lembaga politik formal, yakni lembaga eksekutif dan legislatif¹⁴. Pemilu bisa dikatakan juga sebagai pemberi suara oleh rakyat melalui pencoblosan tanda gambar untuk memilih wakil-wakil rakyat atau anggota DPR/DPRD. Adapun definisi pemilihan umum (pemilu) berdasarkan undang-undang republik

11 Redi Panujui, *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi*, (Jakarta: Prenada Mediagroup, 2018), hlm.148

12 Hafied Cangara, *Komunikasi Politik, Konsep, Teori dan Strategi*. Cetakan keenam, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2018), hlm. 31

13 Miriam Budiardjo, *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Edisi Revisi. Cetakan 16., (Jakarta: PT Gramed, 2019)

14 Ikhsan Darmawan, *Mengenal Ilmu Politik*. (Jakarta: PT Kompas Media Nusantara. 2015), hlm144

Indonesia Nomor 3 Tahun 1999 Tentang Pemilihan Umum yaitu sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.

Secara umum, komunikasi politik selalu membahas tentang posisi media dalam ranah publik. Media menjadi sangat penting karena berada tepat di tengah pusaran kelompok-kelompok kepentingan, juga penting sebagai alat pembentuk opini publik. Dalam komunikasi politik modern, media memegang peranan penting. Namun media tidak pernah bekerja (*perform*) dalam sebuah ruang kosong. Terdapat berbagai model interaksi media dengan unsur-unsur lain dalam komunikasi politik. Beberapa model komunikasi yang menghubungkan media dengan elemen-elemen komunikasi politik meliputi Model Interaksi Media Brian McNair. McNair menganggap Media sebagai sentral dari elemen-elemen komunikasi politik—semacam *gatekeeper* bagi seluruh pesan politik. Lima fungsi media dalam masyarakat demokratis yang ideal menurut McNair¹⁵, yakni fungsi monitoring, mendidik, memberikan platform terhadap diskursus politik publik, *watchdog* dan advokasi.

Selain itu, ada juga Model Interaksi Media McQuail yang menggambarkan bahwa media sangat dipengaruhi oleh tujuan utama media itu sendiri. Tujuan utama media yang telah teridentifikasi adalah; (1) memberikan profit kepada para pemodal—baik pemilik maupun pemegang saham, (2) tujuan ideal yang bersifat kultural, sosial maupun politik, (3) memaksimalkan dan memuaskan audiens, dan (4) memaksimalkan pemasukan iklan¹⁶

Perencanaan yang Objektif dan Kendala di Lapangan

Secara umum dapat dikatakan bahwa partai politik adalah suatu kelompok terorganisir yang anggota-anggotanya yang mempunyai orientasi nilai-nilai dan cita-cita yang sama. Tujuan kelompok ini adalah memperoleh kekuasaan politik dan merebut kedudukan politik dengan cara konstitusional untuk melaksanakan programnya¹⁷.

Ramlan Surbakti juga menyebutkan, fungsi utama partai politik ialah mencari dan mempertahankan kekuasaan guna mewujudkan program-program yang disusun berdasarkan ideologi tertentu. Cara yang digunakan oleh suatu partai politik dalam sistem politik

15 McNair, Brian. (2016). An Introduction to Political Communication atau Pengantar Komunikasi Politik. Terjemahan Imam Muttaqien. (Bandung : Nusa Media, 2016), hlm. 27

16 Denis Mc Quail. *Mass Communication Theory atau Teori Komunikasi Massa. Edisi 2. Terjemahan Putro Iva Izzati.* (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), hlm.12

17 Budiardjo, Miriam. 2019. Dasar-Dasar Ilmu Politik. Edisi Revisi. Cetakan 16. (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2019), hlm.403

demokrasi untuk mendapatkan dan mempertahankan kekuasaan ialah ikut serta dalam pemilihan umum¹⁸.

PDI Perjuangan merupakan salah satu partai lama yang telah mengikuti beberapa kali pemilu. PDI Perjuangan mengalami pasang surut karena pada Pemilu 1999 menjadi partai pemenang dengan perolehan suara 33,74 persen (153 kursi). Akan tetapi, pada Pemilu 2004, suara PDI Perjuangan tergerus mendapatkan 18,53 persen suara (109 kursi). Perolehan suara PDI Perjuangan kembali mengalami penurunan pada Pemilu 2009, dengan 14,03 persen (95 kursi). Namun pada Pemilu 2014, perolehan suara PDI Perjuangan mengalami kenaikan hingga 18,95 persen suara (109 kursi). PDI Perjuangan pun berhasil memenangkan pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla sebagai Presiden dan Wakil Presiden 2014-2019. PDI Perjuangan kembali berjaya dengan memenangkan pemilu serentak 2019 baik untuk Pemilihan Legislatif maupun Pemilihan Presiden 2019. Dua pemilu terakhir yakni Pemilu 2014 dan 2019, PDI Perjuangan dinilai cukup stabil dalam upaya mempertahankan kemenangan.

Kemenangan PDI Perjuangan secara nasional diikuti kemenangan di daerah, khususnya di Kota Surabaya. Pada Pemilu 2014, DPC PDI Perjuangan Surabaya menjadi partai pemenang pemilu dengan perolehan 346.289 atau 15 kursi. Begitu juga pada Pemilu 2019 mampu bertahan sebagai pemenang pemilu dengan perolehan 15 kursi. Untuk menggapai kemenangan tersebut tentunya dibutuhkan strategi khusus baik secara organisasi atau mesin partai maupun dari masing-masing calon anggota legislatif yang memiliki cara atau strategi tersendiri.

Dalam berpolitik, baik partai maupun caleg perlu menyusun strategi untuk merencanakan, memperoleh dan menjaga kekuasaan. Tujuan tidak dapat dicapai tanpa ada strategi jitu untuk mencapainya. Istilah strategi sendiri dalam keseharian bukanlah kata yang asing lagi. Peter Schroder dalam bukunya Strategi Politik menekankan adanya pesan bahwa "Kita tidak mungkin disukai semua orang".¹⁹ Maksud dari pesan tersebut adalah bahwa dalam politik tidak ada kawan dan lawan. Kita mungkin ingin berbuat baik dan punya program yang kita rasa baik. Namun dalam politik, kebaikan itu tidak otomatis disukai. Bahkan suatu ketika musuh justru menelikung. Musuh bukan hanya berdiri di pihak lawan, tapi juga ada musuh dalam selimut atau dari

¹⁸ Surbakti, Ramlan Memahami Ilmu Politik. Cetakan Keempat. (Jakarta : PT. Grasindo. 1992), hlm.116

¹⁹ Alfian, Alfian. Menjadi Pemimpin Politik. Cetakan Kedua. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009, hlm. 302

pihak kawan. Kesadaran akan adanya yang tidak suka atas pendapat, sikap dan pilihan politik tersebut yang akan menentukan langkah-langkah strategis. Misalnya pertama-tama yang harus dilakukan politisi adalah mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan diri sendiri, kemudian mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan diri sendiri, kemudian mengidentifikasi siapa kawan dengan segala derivasinya serta siapa lawan dengan berbagai kepentingannya. Setelah itu baru bisa menentukan langkah-langkah strategis untuk memanfaatkan mereka dengan mengembangkan pengaruh demi tercapainya kepentingan kita secara optimal mungkin.

Dalam kaitannya ini, Schroder menekankan pentingnya perencanaan strategi politik seperti halnya dengan menjawab pertanyaan seperti apa yang harus kita rencanakan? Apa tujuan utama kita atau apa yang hendak kita capai? Siapa saja yang hendak mencapai tujuan itu? Dengan sarana apa dan bagaimana?, kapan tujuan itu hendak kita capai? Dan mengapa tujuan itu harus dicapai?. Setiap politisi atau organisasi politik bisa segera menetapkan langkah setelah menjawab pertanyaan-pertanyaan di atas. Seperti penjelasan di atas, Schroder membagi 10 langkah perencanaan strategi politik yakni merumuskan misi, penilaian situasional dan evaluasi, perumusan sub-strategi, perumusan sasaran, target image, kelompok-kelompok target, pesan kelompok target, instrumen-instrumen kunci, implementasi strategi dan pengendali strategi²⁰.

Selain itu, politisi atau caleg akan selalu dihadapkan pada berbagai kemungkinan kerja sama dengan pihak lain. Oleh karena itu, Peter Schroder mengenalkan jenis-jenis strategi politik yakni *defect* (menolak bekerja sama dalam setiap langkah yang diambil), *cooperate* (bekerja sama dalam setiap langkah yang diambil), *random* (menerima dan menolak kerja sama), *per kind* (bermain secara periodik : bekerja sama, bekerja sama, menolak kerja sama), *per nasty* (bermain secara periodik : menolak kerja sama, menolak kerja sama, bekerja sama), *spite* (bekerja sama dalam langkah pertama, kemudian bekerja sama selama lawan belum menolak kerja sama, setelah itu senantiasa menolak kerja sama), *soft majority* (memainkan langkah yang palings sering digunakan oleh lawan, dan apabila langkah yang diambil serupa, bekerja sama), *tit for tat* (bekerja sama dalam langkah pertama dan dalam setiap langkah berikutnya, mainkan langkah yang dipergunakan lawan terakhir kali), *mistrust* (menolak bekerja sama dalam langkah yang pertama, kemudian mainkan sama halnya startegi *tit for tat*), *prober* (mainkan

20 Peter Schroder, *Strategi Politik*. Edisi Revisi, (Jakarta: FNS, 2013), hlm. 42

tiga langkah yakni bekerja sama, bekerja sama, menolak bekerja sama, kemudian menolak bekerja sama dalam setiap langkah berikutnya, apabila lawan bekerja sama dalam langkah kedua dan ketiga) dan *pavlov* (bekerja sama hanya dalam langkah pertama, setelah itu hanya apabila kedua pemain mengambil langkah yang sama)²¹.

Hasil interview terhadap pengurus dan caleg DPC PDI Perjuangan Surabaya ditemukan bahwa caleg PDI Perjuangan telah menerapkan 10 langkah perencanaan konseptual strategi politik Peter Schroder yakni (1). Merumuskan Misi meliputi semua caleg memiliki misi mewujudkan kemenangan Pemilu 2019, memperjuangkan kesejahteraan masyarakat, memajukan pendidikan dan kesehatan, memperjuangkan aspirasi masyarakat, memperjuangkan hak-hak rakyat, (2.) Penilaian Situasional dan Evaluasi meliputi figur caleg yang jujur, ulet, trampil dan bersosial, mudah diakses warga, fasilitasi keinginan warga, menyelesaikan problem masyarakat, menjadi pribadi yang *low profile*, *familiar* dan *humble*, modal sosial, mengelola konflik di internal dan tim sukses, (3). Perumusan Sub Strategi meliputi program berupa pendidikan, kesehatan, insfrastruktur (paving dan PJU), membuka lapangan pekerjaan baru atau bantuan modal, (4.). Perumusan Sasaran meliputi jejaring sosial, membentuk agen-agen sosial, tim sukses, (5). Target *Image* yakni mendapat dukungan dari keluarga, tetangga dan masyarakat sekitar, (6). Kelompok-kelompok target meliputi terget perolehan suara di kecamatan/ kelurahan, (7). Penyampaian Pesan kepada masyarakat melalui tatap muka, telepon, whatsapp, sebar selebaran, spanduk dan baliho, (8). Instrumen kunci yakni memberi pelayanan masyarakat tanpa membeda-bedakan, pendekatan pembangunan dan kultural, track record bagus, pendekatan basis PDIP dan non PDIP, (9). Implementasi Strategi meliputi bantuan struktur partai selama kegiatan kampanye, tim sukses banyak dari struktur partai, (10). Pengendali Strategi meliputi selama tatap muka tidak pernah beri imbalan uang dan barang, gotong royong, tidak menggunakan ikatan batin dari bagian organisasi keagamaan tertentu dan tidak gunakan politik identitas selama kampanye.

Sedangkan strategi komunikasi politik yang dipakai PDI Perjuangan Surabaya meliputi (1). penguatan mesin partai dengan mensolidkan pengurus partai dari DPC, PAC, Ranting dan Anak Ranting, (2). Adanya instruksi DPP PDIP menangkan pemilu ke DPD, DPC, PAC, Ranting dan Anak Ranting, (2). Semua kader dan pengurus PDIP jadi komunikator selama kampanye, (3). Mengoptimalkan

21 Alfian, ibid. hlm.302

peran caleg petahana (anggota DPRD), (4). Caleg diwajibkan turun ke lapangan dan kumpul dengan masyarakat, (5). Pemberitaan media massa dan media sosial, (6). Figur politik Jokowi, Megawati dan Risma, (7). Semua caleg diwajibkan memasang alat peraga kampanye dengan mencantumkan gambar Jokowi, (8). Caleg harus mampu menjelaskan program pembangunan, khususnya pendidikan gratis dan kesehatan, (9). Pemetaan politik di daerah pemilihan dan (10). Kegiatan sosial seperti ziarah religi ke wali lima dan pengajian akbar.

PDI Perjuangan sebagai partai pemenang pemilu 2014 mampu menyampaikan pesan kepada khalayak akan terus konsisten mensejahterahkan masyarakat jika memenangkan kembali dalam Pemilu 2019. Pesan tersebut sebetulnya secara tidak langsung sudah disampaikan jauh-jauh hari oleh petugas partai yang ada di eksekutif dan legislatif. Dalam konteks Surabaya, dua petugas partai di eksekutif tersebut adalah Wali Kota Surabaya Tri Rismaharini dan Wakil Wali Kota Surabaya Whisnu Sakti Buana, sedangkan petugas partai di legislatif yakni adanya 15 anggota DPRD Surabaya. Keduanya menyampaikan pesan baik berupa data dan informasi maupun pesan-pesan simbolis. Seperti halnya, sosok Tri Rismaharini sebagai Wali Kota Surabaya yang tegas, berprestasi dan disenangi warganya itu merupakan kader PDI Perjuangan. Selama kepemimpinannya Surabaya semakin hijau dengan banyaknya space ruang terbuka hijau baik berupa taman maupun hutan kota serta lainnya. Selain itu, dukungan politik dari DPRD Surabaya yang mayoritas anggotanya adalah dari PDI Perjuangan juga ikut membangun image bahwa Wali Kota Surabaya mampu menyelaraskan program partai. Pesan politik yang disampaikan mampu menjawab kebutuhan masyarakat. Respons masyarakat terhadap kebijakan wali kota luar bisa, mayoritas masyarakat Surabaya menyukai apa yang sudah dikerjakan Wali Kota Risma untuk membangun Surabaya lebih maju dan menjadikan Surabaya dikenal seluruh dunia.

Sementara itu, penyampaian pesan dari PDI Perjuangan biasanya melalui instruksi partai yakni dari DPP PDI Perjuangan ke DPD PDI Perjuangan Jatim berlanjut ke DPC PDI perjuangan Surabaya hingga akhirnya di tingkat PAC, Ranting dan Anak Ranting di Surabaya. Ini juga bisa dikatakan sebagai penguatan mesin partai. Selain itu, semua kader dan pengurus PDI Perjuangan semua menjadi komunikator selama kampanye Pemilu 2019. Penyampaian pesan yang efektif caleg petahana atau anggota DPRD Surabaya yang mencalonkan kembali. Caleg petahana mendapat keuntungan karena dalam menyampaikan

dapat fasilitas dari pemerintah melalui kegiatan reses, jaring aspirasi masyarakat (jasma) atau bakti sosial. Sedangkan caleg non petahana harus berjuang keras menyampaikan pesan dan melakukan pendekatan saat kampanye. Caleg petahana dalam hal ini seperti halnya Baktiono yang merupakan anggota DPRD Surabaya lima periode sekaligus peraih suara terbanyak, caleg petahana Riswanto yang tetap lolos meski telah dipindah daerah pemilihan, sementara caleg non petahana Norma Yunita bisa lolos karena peran orang tua yang merupakan tokoh masyarakat sekaligus pengurus PAC.

Berdasarkan temuan hasil penelitian tersebut di atas diketahui model komunikasi politik PDI Perjuangan lebih pada model komunikasi transaksional yang dikenalkan Dean C. Barnlund pada 1970²². Model komunikasi politik PDI Perjuangan lebih pada model komunikasi transaksional. Model ini menggambarkan proses komunikasi yang berlangsung secara berkesinambungan antara pengirim pesan dalam hal ini partai dan caleg dan penerima yang merupakan warga masyarakat atau konstituen. Berbagai macam cara mereka menyampaikan pesan kepada masyarakat seperti halnya melalui media cetak, media elektronik, media luar ruang (baliho, billboard, spanduk, selebaran, media sosial (facebook, twitter, instagram dan whatsapp), media komunikasi personal (*face to face, dor to dor*) dan media komunikasi massa (temu warga baik terbuka maupun tertutup). Selain para caleg juga melakukan kegiatan sosial seperti ziarah religi ke wali lima, pengajian akbar dan pengobatan gratis. Namun, pada kenyataannya, tidak semudah itu menyampaikan pesan karena dalam proses komunikasi terdapat gangguan (*noice*) yang dapat menjauhkan dan mengaburkan esensi pesan yang ingin disampaikan. Gangguan yang dimaksud selama proses kampanye seperti halnya *money politic* (politik uang), perubahan komposisi caleg, isu PKI anti Islam, keberadaan Partai Solidaritas Indonesia (PSI), rekomendasi hitung ulang TPS Oleh Bawaslu dan berita hoaks. Namun kendala yang paling banyak terjadi adalah politik uang. Untuk persoalan politik uang, tidak bisa dibicarakan secara terbuka karena buktinya tidak pernah ada jelas atau seperti bau kentut, tidak ada bentuknya tapi bisa dirasakan itu ada. Hampir semua caleg merasakan adanya hal itu. Hanya saja, kebanyakan caleg PDI Perjuangan enggan membahas masalah itu. Mereka berdalih bahwa pemberian tersebut hanya sekadar bantuan untuk biaya konsumsi dan transportasi.

Menurut Burhanuddin Muhtadi, maraknya politik uang dalam

22 Darmawan, op.cit., hlm.118

memobilisasi suara dalam pemilu merupakan akibat dari menurunnya kepercayaan masyarakat terhadap partai politik. Hal itu disebabkan maraknya kasus korupsi yang banyak melibatkan pengurus partai, bahkan pengurus partai di tingkat pusat. Akibatnya, semakin sulit untuk mempengaruhi masyarakat memilih partainya. Fenomena politik uang yang semakin merajalela di tingkat massa dipicu oleh kegagalan partai politik itu sendiri dalam meningkatkan kinerjanya di mata pemilih²³. Namun, di sisi yang lain pengawasan terhadap politik uang juga semakin kuat, baik oleh aparat kepolisian, KPK, kejaksaan, pengawas pemilu dan masyarakat sipil (*civil society*).

Para politisi dalam situasi yang dilematik, disatu sisi masih merasa harus tetap menggunakan politik uang untuk mempengaruhi pemilih, namun di sisi yang lain risikonya juga besar bila sampai ketahuan aparat yang berwenang dalam penyelenggaraan pemilu maupun ketahuan oleh masyarakat sipil. Bila ketahuan, citranya juga bisa makin menurun. Walau demikian, para politisi tidak kehabisan akal (*ide*) untuk melancarkan politik uang, yakni menggunakan argument yang seakan-akan manusiawi, seperti untuk transport, sekedar uang rokok, tanda terimakasih dan sejenisnya. Inilah barangkali yang disebut pelanggaran politik yang samar-samar karena memang sengaja disamarkan.

Selain itu mereka berpedoman pada pasal 26 ayat 3 Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Nomor 7 Tahun 2015 Tentang Kampanye. Melalui PKPU tersebut dibatasi penggunaan biaya makan dan transportasi selama dalam kampanye. Biaya-biaya tersebut dikeluarkan dalam bentuk barang dan bukan dalam bentuk uang. Setiap bahan kampanye apabila dikonversikan dalam bentuk uang nilainya paling tinggi Rp25.000. Hanya saja, tidak ada yang bisa menjamin nilai barangnya tidak lebih dari Rp25 ribu, melainkan kesadaran dari tim kampanye itu sendiri. Pengawasan sebetulnya melekat masyarakat dengan bimbingan Bawaslu. Hanya saja, fakta di lapangan, selain caleg memberikan barang atau uang, masyarakatpun terkadang menggingginkan dan berharap adanya pemberian dari caleg tersebut. Bahkan ada juga sebagian warga masyarakat yang meminta secara langsung dan tidak langsung kepada caleg tersebut pada saat sebelum dan setelah kampanye. Meski kebanyakan mereka menyampaikan pesan tersebut lewan guyonan atau sindiran

M. Faishal Aminuddin sudah menemukan bukti gejala pragmatism partai politik di Indonesia yang disebabkan kompetisi

²³ Burhanuddin Muhtadi, Politik Uang dan Dinamika Elektoral di Indonesia, *Jurnal Penelitian Politik*, volume 10(1), 2013, hlm.41-58

sangat ketat akibat multi partai system yang mengharuskan partai politik bekerja keras dalam mempengaruhi pemilih. Indikasi pragmatisme di tingkat partai dan pengurusnya adalah tidak konsistennya partai dalam mempertahankan ideology partai atau lebih operasional dalam menjaga plat form partai. Plat form partai kerap bisa dikompromikan ketika menghadapi tawaran koalisi partai lain yang ideologinya berbeda, baik untuk pemenangan pemilihan pejabat eksekutif maupun legislatif.²⁴

Akibat dari kemajuan di bidang teknologi komunikasi dan informasi, yang semakin murah dan mudah diakses masyarakat, maka tingkah laku di level elite partai itu pun mudah menyebar melalui media massa maupun media sosial. Hal tersebut menginduksi pada pola pikir masyarakat. Masyarakat semakin sadar bahwa dirinya sering menjadi korban janji-janji politisi, setelah suaranya diberikan, janjinya tidak ditunaikan. Malah tahu-tahu, politisi yang sudah diberi mendapat berakhir tertangkap Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK). Sangat mungkin, masyarakat pemilih juga membuat logika anti-korban, maksudnya kalau elite politik pragmatis, mengapa masyarakat tidak boleh? Itulah yang menyebabkan masyarakat semakin pragmatis dalam partisipasi politiknya. Pada konteks ini, wajar bila politik uang sulit diberantas, sebab pada dasarnya masyarakat sendiri, meskipun dengan tidak terang-terangan, menganggap politik uang merupakan "rejeki" yang datang tidak setiap hari. Rejeki yang datang lima tahun sekali.

Ada sepuluh langkah perencanaan konseptual strategi politik dari Peter Shroder yang diterapkan caleg PDI Perjuangan Surabaya meliputi merumuskan misi, penilaian situasional dan evaluasi, perumusan sub strategi, perumusan sasaran, target *image*, kelompok-kelompok target, pesan kelompok target, instrumen kunci dan pengendali strategi. Dari perencanaan tersebut, maka diketahui jenis strategi yang dipakai PDI Perjuangan Surabaya lebih kepada jenis strategi *Defect* (menolak kerja sama dalam setiap langkah yang diambil), *Per Kind* (Posisinya di tengah-tengah menerima atau menolak kerja sama), dan *Random* (Bermain secara periodik yakni berkerja sama, bekerja sama, menolak bekerja sama).

Hanya saja, ada satu catatan yang kurang mendapat perhatian yakni kurang menggunakan peran Wali Kota Surabaya Tri

24 M Faishal Aminuddin & Fajar Sodiq Maradlan, Match-All Party: Pragmatisme Politik dan Munculnya Spesies Baru Partai Politik di Indonesia Pasca Pemilu 2009, *Jurnal Politik*, volume 1(1) 2015, hlm. 39-75.

Rismaharini. Direktur Eksekutif Surabaya Consulting Group (SCG) Didik Prasetyono menilai strategi PDI Perjuangan Surabaya kurang pas karena kurang mengoptimalkan peran Wali Kota Surabaya Tri Rismaharini dan keberhasilan pembangunan infrastruktur Kota Surabaya dalam konteks kampanyenya. Didik tidak melihat PDI Perjuangan mengelola hal ini, jadi kepuasan pemerintahan terhadap Risma pasti tinggi atau di atas 80 persen. Pembangunan infrastruktur jelas, tapi PDI Perjuangan tidak pernah mengangkat itu dalam kampanye khusus. Didik mengaku tidak pernah melihat satu billboard atau baliho pun yang membawa gambar Risma dalam konteks kampanye PDI Perjuangan.

Menurut Didik, hal inilah yang menyebabkan perolehan suara PDI perjuangan stagnan meski tetap memenangkan Pileg 2019. Berdasarkan hasil rekapitulasi suara di KPU Surabaya yang selesai dilaksanakan pada 7 Mei 2019, PDI Perjuangan mampu mempertahankan kemenangan dengan mendapatkan 15 kursi dalam Pemilu 2019. PDI Perjuangan mengalami kenaikan jumlah pemilih dari pemilu 2014 sebanyak 356.208 suara menjadi 418.873 di Pemilu 2019 atau naik sebanyak 62.665 suara. Namun, secara elektoral PDI Perjuangan Surabaya pada Pemilu 2014 memperoleh 29,9 persen dari total suara sah, tetapi di Pemilu 2019 ini mengalami penurunan menjadi 28,56 persen.

Penutup

Model komunikasi politik PDI Perjuangan lebih pada model komunikasi transaksional. Model ini menggambarkan proses komunikasi yang berlangsung secara berkesinambungan antara pengirim pesan dalam hal ini partai dan caleg dan penerima yang merupakan warga masyarakat atau konstituen. Namun, pada kenyataannya, tidak semudah itu menyampaikan pesan karena dalam proses komunikasi terdapat gangguan (*noice*) yang dapat menjauhkan dan mengaburkan esensi pesan yang ingin disampaikan. Gangguan yang paling banyak terjadi adalah politik uang. Untuk persoalan politik uang, tidak bisa dibicarakan secara terbuka karena buktinya tidak pernah ada jelas atau seperti bau kentuk, tidak ada bentuknya tapi bisa dirasakan itu ada. Hampir semua caleg merasakan adanya hal itu. Hanya saja, kebanyakan caleg PDI Perjuangan enggan membahas masalah itu.

DPC PDI Perjuangan Kota Surabaya dalam rangka memenangkan Pileg 2019 menggunakan sistematika langkah strategi

politik secara profesional serta upaya mendekati masyarakat sesuai dengan karakteristik masyarakat. Selain itu pengaruh oleh reputasi para kandidat utamanya dalam kancah politik (personalisasi) sangat tergantung pada sejauh apa kandidat-kandidat tersebut merepresentasikan kondisi suasana politik dan posisi masing-masing dan bagaimana mereka mengartikulasikan secara tepat harapan-harapan atau keinginan pengikut kandidat.

Ada sepuluh langkah perencanaan konseptual strategi politik dari Peter Shroder dan jenis strategi yang dipakai PDI Perjuangan Surabaya lebih kepada jenis strategi *Defect, Per Kind, dan Random*.

Munculnya figur politik Jokowi yang dicalonkan kembali oleh PDI Perjuangan menjadi calon presiden cukup menguntungkan caleg-caleg PDI Perjuangan dalam meraup suara di Pemilu 2019. Jokowi menjadi magnet tersendiri karena selama ini dikenal merakyat dan mengetahui kondisi masyarakat. Hanya saja, PDI Perjuangan beserta calegnya kurang mengotimalkan peran Wali Kota Surabaya Tri Rismaharini. Padahal kepuasan masyarakat terhadap Pemerintahan Kota Surabaya yang dipimpin Tri Rismaharini tinggi atau di atas 80 persen. Pembangunan infrastruktur jelas, tapi PDI Perjuangan tidak pernah mengangkat itu dalam kampanye khusus. Bahkan tidak jarang alat peraga kampanye seperti billboard atau baliho pun yang membawa gambar Risma dalam konteks kampanye PDI Perjuangan. Hal inilah yang menjadi salah satu faktor suara PDI Perjuangan di Surabaya stagnan, meskipun menang.

Daftar Bacaan

- Adam, R (2010). *Polical Markketing: Strategi Membangun Konstituen Dengan Pendekatan PR*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Alfian, A (2009). *Menjadi Pemimpin Politik*. Cetakan Kedua. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Aminuddin, MF & Maradlan, FS. (2015) *Match-All Party: Pragmatisme Politik dan Munculnya Spesies Baru Partai Politik di Indonesia Pasca Pemilu 2009*, Jurnal Politik, volume 1(1) 2015
- Bayhaqi, M (2019) *Saya Dibilang PKI, Kok Sampai Hari Ini Nggak Ditangkap?* Diakses dari <https://www.liputan6.com/news/read/3865124/megawati-saya-dibilang-pki-kok-sampai-hari-ini-nggak-ditangkap>.7 Januari 2019.
- Budiardjo, M (2019). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Edisi Revisi. Cetakan 16. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Cangara, H (2018) *Komunikasi Politik, Konsep, Teori dan Strategi*. Cetakan

- keenam. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Darmawan, I. (2015). *Mengenal Ilmu Politik*. Jakarta : PT Kompas Media Nusantara.
- Effendy, OU. (2005). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Farisa, FC. (2019). *Hasil Pilpres 2019: Jokowi-Ma'ruf 55,50 Persen, Prabowo-Sandi 44,50 Persen, Selisih 16,9 Juta Suara*. Diakses dari <https://nasional.kompas.com/read/2019/05/21/02440251/hasil-pilpres-2019-jokowi-maruf-5550-persen-prabowo-sandi-4450-persen>. 21 Mei 2019.
- Hakim, A. (2019). *Kenaikan suara PDIP Surabaya tidak sejalan kenaikan persentasenya*. Diakses dari <https://jatim.antaranews.com/berita/295615/kenaikan-suara-pdip-surabaya-tidak-sejalan-kenaikan-persentasenya>. 17 Mei 2019.
- Hakim, R N. (2018) *PDI Perjuangan dan Perjalanan Panjangnya di Pemilu*. Diakses dari <https://nasional.kompas.com/read/2018/02/21/07523171/pdi-perjuangan-dan-perjalanan-panjangnya-di-pemilu?page=all>. 21 Februari 2018.
- Hermawan, E.(2001). *Politik Membela Yang Benar, Teroi, Kritik dan Nalar*, Yogyakarta : LKIS.
- McNair, B. (2016). *An Introduction to Political Communication atau Pengantar Komunikasi Politik*. Terjemahan Imam Muttaqien. Bandung : Nusa Media
- McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theories*. Edisi 2. Terjemahan Putro Iva Izzati. Jakarta : Salemba Humanika.
- Putri, Z. (2019). *KPU Tetapkan Hasil Pileg 2019: PDIP Juara, Disusul Gerindra-Golkar*. Diakses dari <https://news.detik.com/berita/d-4557803/kpu-tetapkan-hasil-pileg-2019-pdip-juara-disusul-gerindra-golkar>. 21 Mei 2019.
- Muhtadi, B. *Politik Uang dan Dinamika Elektoral di Indonesia: Sebuah Kajian Awal Interaksi Antara " Party-Id" Dan Patron-Klien*, Jurnal Penelitian Politik, volume 10(1), 2013, hlm. 41-58
- Panuju, R. (2018). *Pemilu Bukan Sekedar Urusan Coblosan*. Surabaya: Jawa Pos
- Panuju, R. (2018). *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi*. Jakarta: Prenada Mediagroup,
- Ramadhan. JA. (2019). *412 Petugas KPPS Pemilu 2019 Meninggal Saat Bertugas*. Diakses dari <https://megapolitan.kompas.com/read/2019/05/03/17385231/412-petugas-kpps-pemilu-2019-meninggal-saat-bertugas>. 3 Mei 2019.

- Retaduri, E A.(2019). *Perkiraan Formasi DPR 2019-2024: PDIP 128 Kursi, Gerindra 78 Kursi*. Diakses dari <https://news.detik.com/berita/d-4558348/perkiraan-formasi-dpr-2019-2024-pdip-128-kursi-gerindra-78-kursi> pada 21 Mei 2019.
- Schrooder, P. (2013). *Strategi Politik*. Edisi Revisi oleh Penulis. Jakarta : FNS.
- Surbakti, R. (1992). *Memahami Ilmu Politik*. Cetakan Keempat. Jakarta : PT. Grasindo.
- S13. (2018). *PDIP Anti Islam*. Diakses dari <https://pinterpolitik.com/pdip-anti-islam>. 21 2018.
- Tim Kumparan. *7 Perbedaan Pemilu 2014 dan 2019*. Diakses dari <https://kumparan.com/@kumparannews/7-perbedaan-pemilu-2014-dan-2019-1542626775313123571>. 19 November 2019.
- Tim Redaksi. (2014). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Cetakan Ketujuh Edisi IV. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.