

**KOMUNIKASI POLITIK PARTAI DEMOKRAT
PADA PEMILU 2009
(Studi Deskriptif Kualitatif Pemilu Legislatif DPR RI Daerah Pemilihan III
Jawa Timur)**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh :

**A. Suaidi Rahman
NIM. 08730099**

**PROGRAM SUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2014**



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Ahmad Suaidi Rahman
Nomor Induk : 08730099
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/ penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/ penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 25 Januari 2014

Yang men

Ahmad Suaidi Rahman
NIM. 08730099

METERAI
TEMPEL
DDFD5ACF143171855
enam RIBU RUPIAH
6000
DJP



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. 519571 Yogyakarta 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi
Kepada : Yth Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamualaikum. Wr. Wb.

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Ahmad Suaidi Rahman
NIM : 08730099
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul : *KOMUNIKASI POLITIK PARTAI DEMOKRAT PADA PEMILU 2009*
(Studi Deskriptif Kualitatif Pemilu Legislatif DPR RI Dapil III Jawa Timur)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu ilmu komunikasi.

Harapan saya semoga saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum. Wr. Wb.

Yogyakarta, 24 Maret 2014
Pembimbing,


MOKHAMMAD MAHFUD, M.Si
NIP. 19770713 200604 1 002



PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : UIN.02/DSH/PP.00.9/ *064* /2014

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul : KOMUNIKASI POLITIK PARTAI DEMOKRAT PADA
PEMILU 2009 (Studi Deskriptif Kualitatif Pemilu
Legislatif DPR RI Daerah Pemilihan III Jawa Timur)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

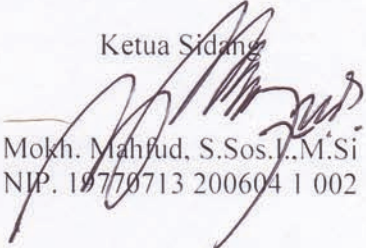
Nama : A. Suaidi Rahman
NIM : 08730099

Telah dimunaqosyahkan pada : Selasa, tanggal: 18 Maret 2014
dengan nilai : *77 (B)*

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga

PANITIA UJIAN MUNAQOSYAH :

Ketua Sidang


Mokh. Mahfud, S.Sos., M.Si
NIP. 19770713 200604 1 002

Penguji I

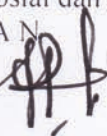

Drs. Bono Setyo, M.Si
NIP. 19690317 200801 1 013

Penguji II


Fatma Dian Pratiwi, S.Sos., M.Si
NIP. 19750307 200604 2 001

Yogyakarta, *16-5-2014*
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
DEKAN




Prof. Dr. H. Dudung Abdurahman, M.Hum
NIP. 19630306 198903 1 010

MOTTO

Hai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul(nya), dan ulil amri di antara kamu. Kemudian jika kamu berlainan pendapat tentang sesuatu, maka kembalikanlah ia kepada Allah(AI Quran) dan Rasul(sunnahnya), jika kamu benar-benar beriman kepada Allah dan hari kemudian. Yang demikian itu lebih utama(bagimu) dan lebih baik akibatnya.

Surah An-Nisaa' (4) ayat 59

HALAMAN PERSEMBAHAN

**Skripsi ini Saya persembahkan untuk
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Sebagai bahan kajian
dalam merumuskan “Kiblat Pengetahuan”**

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum wr. wb.

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah swt yang telah memberikan segala nikmat kepada penulis. Sehingga penulis dapat mengecap segala keindahan di muka bumi. *Allahumma Shalli 'ala Muhammad*, shalawat beserta salam dihaturkan kepada Revolusioner sejati Muhammad saw yang telah membimbing manusia pada jalan yang lurus. Awalnya penulis tidak bisa menyangka akan mengangkat tema tentang partai demokrat, karna dari awal diskusi dengan sahabat sahabat rencanya akan mengangkat marketing politik PPP. Karna ingin mengetahui pergelutan politik di lapangan, terutama di jawa timur. Namun karna banyak pertimbangan akhirnya penulis mengambil marketing politik partai Demokrat. Suatu kebahagiaan dan kebanggaan tersendiri bagi penulis yang akhirnya dapat menyelesaikan skripsi berjudul “**Komunikasi Politik Partai Demokrat Pada Pemilu Legislatif 2009. “Studi Deskriptif Kualitatif Pemilu Legislatif DPR RI Dapil III Jawa Timur”**”. Namun penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan yang membutuhkan arahan dan kritikan yang sifatnya membangun.

Pada kesempatan ini penulis menghaturkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang terlibat dalam proses pembesaran kedewasaan penulis sehingga dapat terus berproses menuju kedewasaan yang berarti dan diridhai. Kepada Zat Yang Tak Pernah Tidur dan Tak Pernah Mati

yang telah memberikan nafas sehingga penulis dapat selalu bersyukur dan beribadah. Kepada Muhammad saw yang telah memberikan keindahan kepada hati penulis dengan selalu bershalawat. *Robbi zitni 'ilma an-nafi'a war zuqni fahman wa Allahumma shalli wa sallim 'ala habibina wa shafi'ina Muhammadin.*

Secara akademik Tentunya selama penyusunan laporan berlangsung, tidak pernah luput dari bantuan beberapa pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini saya menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Musa Asyarie, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
2. Bapak Prof. Dr. Dudung Abdurrahman M. Hum, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Bapak Drs. Bono Setyo M.Si, selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Mohammad Mahfud M.Si, selaku Dosen Pembimbing skripsi, hingga skripsi ini bisa selesai..
5. Ibu Fatma Dian Pratiwi, S.Sos, M.Si, selaku penasehat akademik .

Dalam kesempatan ini penulis juga mengucapkan ribuan terima kasih kepada semua pihak yang telah membuat penulis selalu semangat. Terima kasih pertama atas doa kepada kedua orang tua, Bapak (ABD Rahman) dan alm. Ibu (Hamsedi) yang telah mendidik anak-anaknya dengan kasih sayang, selalu memberi semangat, sehingga penulis dapat menempuh studi di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan penuh tanggung jawab. Saudara- saudara kandung penulis, Nikmah, Udiyah, Maisyura, Zaini Rahman, Subhan Rahman, Fayuda dan Rukniyah terima kasih atas perhatiannya dan kasih sayangnya. Dan ponakan

ponakanku, Namli, Ismam, Hurri, Basrawi, Istifasa Laila, Faik, Taufik, Hamzah karim, Udin, dan seluruh keluarga besar yang tidak dapat penulis sebut satu-satu.

Terima kasih kedua penulis buat sahabat-sahabat di PMII Humaniora Park. Korp RI, Ada mas Jauhari, S.Ikom dan mas Zamroni, S.Sos Erwin Zulfikar, S.Ikom (*the founding fathers*). Korp. PALANG, Ada Nur Faizin, S.Sos, Ayenk, Badrul Munir. Abd. Khafi Syatra, S.Sos, Asep Rahmat Fajar Soemantri, S.Psi Qimox. Korp. SEMAR, ada Abdul Kholid boyan, Ainur Rosyid, Fathollah, Fathurrahman, Aziz syakdu, Fikar, Irul. Korp. Karpit ada Safaruddin, Hasan Ma'ali, Zamzami, Syaifuddin, Amelia Nasrul Insani, Amelia Rahmah, Ahmad Najib. Korp. Pandawa, korp. Arimaja, Korp. Gareng, dan calon kader berikutnya.

Terima kasih ketiga penulis haturkan kepada teman-teman KAMASSTA. Ada nana, siddik, aini, nia dan wildan. Tidak luput ucapan terima kasih kepada sahabat-sahabat yang mengantarkan kedewasaan berpikir dan bertindak yang berada di Yogyakarta yakni: Darwis, Adi gen Sejagat, Yani, che huda, latif, Anjal dan Imam.

Special thanks untuk Aulin Oktaria, Id_Da. Dengannya ia memberikan semangat yang tiada henti2nya untuk cepat menyelesaikan tugas akhir ini . Pun juga kepada para guru, baik guru langsung yang mengajarkan saat di pesantren syalafiah syafiiyah sukorejo situbondo pada gerbang ilmu pengetahuan ataupun guru-guru kehidupan lainnya dalam memaknai dunia ini indah dan berbeda. Kepada para dosen di Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga saya ucapkan terima kasih telah memafhumi 'kenakalanku. Tak lupa pula hatur terima kasih kepada guru penulis di dunia gerakan pak Mochamad Shodik, M.Si,

dan pak Abdur Rozaki, M.Si yang selalu meluangkan waktu dikediamannya dalam berdiskusi dan berdialektika.

Akhirnya teriring salam takdim dan doa tulus penulis haturkan bagi segenap insan yang terlibat dalam proses pendewasaan penulis menjadi seseorang seperti saat ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan secercah cahaya ditengah-tengah gelapnya ketidaktahuan. Kurang lebihnya apabila terdapat kesalahan data, kutipan, dan beberapa hal menyangkut teknis harap menjadi maklum adanya.

Wallahulmuwaffiq ila aqwamittoriq wassalamu alaikum wr.wb.

Yogyakarta, 09 Maret 2014

Penulis


A. Suaidi Rahman

08730099

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian	9
E. Telaah Pustaka	9
F. Landasan Teori.....	14
1. Komunikasi	15
2. Politik.....	16
3. komunikasi Politik	16
4. Saluran Komunikasi	18
5. Teori Empati dan Teori Hemofili	20
G. Metodologi Penelitian	24
1. Jenis Penelitian.....	24
2. Subjek dan Objek Penelitian	24
3. Waktu dan Tempat Penelitian	25
4. Jenis Data	25

5. Metode Pengumpulan Data	26
6. Teknik Analisis Data.....	27
7. Metode Keabsahan Data	28
BAB II GAMBARAN UMUM.....	30
A. Sejarah Singkat Partai Demokrat	30
B. Lambang Partai Demokrat	34
C. Struktur Partai Demokrat	36
D. Daerah Pemilihan III Jawa Timur	40
1. Kabupaten Situbondo	41
2. Kabupaten Banyuwangi.....	42
3. Kabupaten Bondowoso.....	43
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A. Karakteristik Subyek Penelitian.....	48
B. Pembahasan Saluran Komunikasi Politik Partai Demokrat	51
1. Media Massa	53
2. Opinion Leaders	55
3. Komunikasi Langsung	58
C. Strategi Komunikasi Politik Partai Demokrat Dapil III Jawa timur	61
1. Power	63
2. Attractiv	66
3. Kredibilitas	68
D. Komunikasi Politik Dalam Empati dan Hemofili	68
E. Analisis Proses Komunikasi Politik Partai Demokrat.....	73
1. Tahapan Pendefinisian Masalah	73
2. Tahapan Perencanaan	74
3. Tahapan Penerapan.....	78
4. Tahapan Evaluasi.....	81
5.	

BAB IV PENUTUP	84
A. Kesimpulan	84
B. Kritik dan Saran	85
1. Kepentingan Praktis.....	85
2. Kepentingan Akademis.....	86
 DAFTAR PUSTAKA	 87
LAMPIRAN LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pemenang Pileg 2009 Dapil III Jawa Timur..... 46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Partai Demokrat 34

ABSTRACT

In this modern era, political communication is proving to be a pretty interesting study in the event political. The development of political communication can not be disassociated from the process of democratization we are increasingly crept toward improvement. Accountability and transparency in the implementation of democracy has become the main priorities for democratic hopefully produce together by the various groups. Political communication increasingly in demand as a political strategy proved quite effective at this time in the grossed community support. That is, through the method of political communication easier for political parties to sell its products to the public. So that we actualize ideology can be understood by the public. As we aktualisasikan ideology can be understood by the community. No wonder the new Democratic Party stand on September 9, 2001 manpu compelled community. Since the 2004 election following the contestants a winner in the Partai Demokrat. The success of the partai led by Susilo Bambang Yudhoyono continued in 2009 election. Positive results in the capture of the Democratic Party 2009 presidential chair also comes with a stunning result in the 2009 legislative elections Electoral District which includes three eastern Java, Situbondo, Bondowoso, and Banyuangi. Democrats picked up two seats in parliament. This suggests that the Democratic Party could be a winner in the 2009 election. The results obtained in this study is the effort made DPC Democratic Party in the 2009 legislative elections, among others: a) socialization work program of the Democratic Party, b) a successful team, c) political education, d) mapping of voters, voters were divided into 3 groups (three), namely: 1) the mass of confused, 2) mass support, and 3) the mass is not supporting. Democrats DPC barriers that NU culture community character which is fanaticism PKB and PPP. While the factors that support the following: a) socio-religious groups, b) the way the community views the Democratic Party, c) candidates figure, e) the party program, and f) relational ties with the community members of the Democratic Party.

Keywords: Political Communication, Sharp Political, Democratic Party

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Gelombang reformasi pantas dihembuskan, setelah sekian lama bangsa ini terkekang dan terampas kebebasannya oleh pemerintahan otoriter Orde Baru. Euforia politik pun menggema dari seantero negeri setelah rezim Soeharto tumbang pada 21 Mei 1998, sebagai jawaban atas semangat reformasi dengan munculnya berbagai macam isu demokrasi mengiringi transformasi politik di negeri ini.

Keterlibatan masyarakat dalam arus reformasi kehidupan politik merupakan salah satu prasyarat mutlak atas pelaksanaan asas-asas pokok demokrasi dalam sistem politik negara. Hal itu juga terkait dengan kredibilitas penyelenggara negara di mata masyarakat. Keterlibatan masyarakat yang bervariasi dalam kegiatan politik inilah yang akrab disebut sebagai partisipasi politik yang dapat diartikan sebagai usaha terorganisir oleh para warga negara untuk memilih pemimpin-pemimpin mereka dan mempengaruhi bentuk dan jalannya kebijakan umum. Usaha ini dilakukan atas dasar kesadaran akan tanggung jawab mereka terhadap kehidupan bersama sebagai suatu bangsa dan suatu negara (Rafael Raga Maran, 2007:147).

Salah satu bukti tingkat partisipasi politik dapat terlihat dengan semakin menguatnya animo masyarakat saat terjadinya pergantian kepemimpinan, baik di tingkat pusat maupun di tingkat daerah. Terlebih

dengan berubahnya tata cara pemilihan presiden dan wakil presiden, dari pemilihan tidak langsung yang dilakukan MPR dan DPR menjadi pemilihan langsung oleh rakyat. Dalam konteks ini, proses penyelenggaraan negara dan kebijakan publik memiliki arti penting bagi masyarakat.

Dengan kata lain, setelah runtuhnya rezim Orde Baru, peta politik di Indonesia telah bergeser. Awalnya tertutup, represif, dan penuh rekayasa, sekarang telah menjadi politik yang penuh keterbukaan dan transparansi. Perlahan dan pasti, publik dan media masuk ke ruang-ruang publik yang selama ini dianggap rahasia dan tabu (Firmanzah, 2008: 1). Bangsa Indonesia merasa lepas dari tekanan rezim Orde Baru. Tidak heran manakala era reformasi saat ini, partai politik bermunculan dan ikut serta dalam konstalasi politik di pemilu.

Perlahan-lahan demokrasi di Indonesia terus mengalami pembenahan. Beraneka model demokrasi dipraktikkan. Termasuk juga model sistem demokrasi multipartai. Hal ini merupakan salah satu *ikhtiar* untuk memperbaiki demokrasi di Indonesia. Pada masa Soeharto, demokrasi di Indonesia hanya dinikmati kaum elit politik *an sich*. Masyarakat hanya sekedar menjadi penonton dari hiruk pikuk dan akrobat politik para penguasa.

Partai Demokrat merupakan salah satu partai baru yang lahir pasca reformasi. Sebagai partai baru, Demokrat merupakan partai yang berkembang cukup signifikan. Proses lahir dan berkembangnya Partai Demokrat merupakan sebuah fenomena baru dalam peta perpolitikan di Indonesia.

Partai Demokrat merupakan satu-satunya partai baru yang sejak pertama kalinya mengikuti pemilu 2004 mampu lolos dalam batas ambang parlemen (*parliamentary threshold*). Partai yang didirikan pada tanggal 9 September 2001 ini mampu meraup suara 7,45 % dari total suara dan menduduki peringkat kelima. Fenomena tersebut terus berlanjut ketika pada pemilu tahun 2009 Partai Demokrat menjadi pemenang pemilu dengan total suara 26,4 % dan mendapatkan 150 kursi di parlemen.

Selain itu Partai Demokrat juga berhasil memenangkan Susilo Bambang Yudhoyono dalam pemilihan presiden dua kali berturut-turut, yakni pada 2004 dan 2009. Bahkan dalam pemilihan presiden 2009 pasangan Susilo Bambang Yudhoyono-Budiono berhasil menjadi pemenang melalui pemilihan satu putaran. Hal ini merupakan fenomena politik terbesar pasca reformasi, dimana partai baru mampu mengungguli partai-partai besar yang telah mapan di perpolitikan Indonesia.

Kesuksesan beberapa partai tertentu khususnya demokrat bukan tanpa sebab. Di antara perangkat yang paling menonjol adalah berjalannya roda komunikasi politik di antara komponen-komponen sosial yang menjadi bagian penting dari proses yang dimaksud. Komunikasi politik akan menyalurkan energy-energi kehidupan politik secara timbal balik baik dari Partai Demokrat kepada masyarakat maupun sebaliknya. Itulah mengapa kemudian Alfian (1991) mengilustrasikan komunikasi politik sebagai ‘aliran darah’ yang menjadi energy untuk menghidupkan sendi-sendi demokrasi.

Tanpa aktivitas komunikasi politik yang memadai sulit bagi partai demokrat untuk membangun kemenangan secara khusus dan demokrasi secara umum. Sebab kemenangan dan demokrasi merupakan senyawa yang melengkapi. Visi ideal demokrasi adalah bagaimana menegakkan mandate rakyat secara penuh. Di sini komunikasi politik dapat dilihat melalui dua sisi, pertama komunikasi sebagai alat demokrasi dia satu pihak, dan dipihak lainia juga menjadi cermin demokrasi dari sisitem politik yang dianut oleh partai politik seperti Partai Demokrat.

Secara ideal komunikasi politik yang digunakan oleh Partai Demokrat mensyaratkan sebhuh partisipasi politik yang khas dan bermartabat. Sebab tanpa komunikasi poltik yang baik, maka niscaya gelombang suara besar yang diinginkan tidak akan membuahkan hasil yang maksimal. Sehingga dengan cara demikian bentuk-bentuk penyimpangan perilaku politik, baik karena adanya msikomunikasi ataupun distorsi informasi dapat dihindari. Proses penyebaran pesan-pesan politik dapat berlangsung secara wajar sehingga pada gilirannya akan berikibat bagaimana seseorang elite, dan sebagainya mampu menarik simpati pemilih.

Ada beberapa hal yang membuat Partai Demokrat sangat menarik untuk dikaji, khususnya dalam konteks komunikasi politik. Lebih spesifik lagi dalam hal pemasaran politik yang dijalankan partai tersebut di daerah pemilihan III Jawa Timur yang meliputi Situbondo, Bondowoso, dan Banyuwangi. Sehingga membuat Partai Demokrat mampu bertahan di tengah ketatnya persaingan antar partai politik besar di Indonesia.

Pertama, Partai Demokrat menarik untuk dikaji karena fakta bahwa sebagai partai baru Demokrat mampu lolos dalam batas ambang parlemen dan memenangkan calonnya dalam pemilihan presiden mengalahkan calon PDIP sebagai presiden yang menjabat pada waktu itu. Partai Demokrat dalam konteks tersebut ibarat *bayi ajaib* yang dikaruniai berbagai macam kelebihan. Ini terjadi karena proses komunikasi politik yang dijalankan mencerminkan asas manfaat.

Kedua, lahirnya Partai Demokrat tidak ditopang oleh ideologi yang kuat dan basis massa (emosional-kultural) yang jelas. Namun, Partai Demokrat mampu untuk bersaing merebut mayoritas simpati pemilih. Sebagaimana kita ketahui bahwa sejarah lahirnya partai politik di Indonesia adalah sejarah lahirnya sebuah ruang aktualisasi ideologi ataupun ruang akomodasi kepentingan kelompok. Sebagai contoh, PDIP merupakan partai politik yang dibangun atas ideologi *marhaenisme* Soekarno. PKB merupakan partai politik yang lahir dari rahim ormas Nahdlatul Ulama. Ataupun PAN yang lahir dari gagasan orang-orang Muhammadiyah. Sedangkan lahirnya Partai Demokrat yang erat kaitannya dengan figur Susilo Bambang Yudhoyono merupakan fenomena baru dalam dunia politik di Indonesia. Pada kerangka ini komunikasi politik Partai Demokrat lebih lues karena tidak terikat oleh basis cultural dan ideology ortodoks.

Ketiga, sebagai sebuah partai yang berhaluan nasionalis Partai Demokrat berhasil mendapatkan dua kursi dalam pemilihan legislatif 2009 di dapil III Jawa Timur. Hasil ini jauh lebih bagus ketimbang PPP, PKB,

ataupun PKNU. Padahal, dapil III Jawa Timur secara kultural mayoritas masyarakatnya adalah *nahdliyin* yang secara kedekatan emosional seharusnya cenderung untuk memilih PKB, PPP, ataupun PKNU. Fakta politik tersebut merupakan permasalahan yang menarik untuk dikaji secara teoritis.

Sukses Partai Demokrat tersebut, sejatinya bisa dilacak dengan keberhasilannya dalam menggunakan strategi komunikasi politik yang tepat. Komunikasi politik yang dibangun adalah komunikasi dengan asaz penyatuan emosi antara komunikator, elite Demokrat, dengan konstituen secara langsung. Penyatuan langsung ini dilalui dengan 3 hal. Pertama pemfungsian media massa, yang kedua memaksimalkan gerakan opinion leader, dan yang terakhir adalah terjun langsung bekerja bersama, melakukan aksi nyata yang dekat dengan kerja masyarakat di dapil III Jatim.

Dalam konteks ini pemfungsian media jelas diorientasikan melalui pesan-pesan ofensif yang dekat dengan keseharian masyarakat. Pesan-pesan media yang digunakan adalah pesan yang memang dibutuhkan oleh masyarakat. Semisal memfungsikan media massa melalui iklan yang berorientasi pemberdayaan petani lokal dan semacamnya. Sehingga iklan tersebut mampu menjadi bagian integral untuk menarik simpati masyarakat.

Tidak hanya itu memaksimalkan fungsi opinion leader juga menjadi basis gearakan Partai Demokrat. Sebab opinion leader merupakan tokoh sentral yang menjadi panutan masyarakat. Sebab ia adalah sosok yang dekat dan selalu menjadi pemecah kebuntuan persoalan sosial-ekonomi masyarakat

melalui pendekatan teologis dan sosiologis. Langkah Partai Demokrat untuk melakukan proses pendekatan cultural adalah usaha sadar untuk membumikan platform Partai melalui tokoh.

Dan yang lebih penting strategi Partai Demokrat dalam menggait masyarakat adalah dengan mencoba turun langsung berbaur dengan masyarakat untuk memperoleh simpati dan dukungan langsung dari masyarakat. Gerakan ini merupakan gerakan nyata dalam rangka pembuktian bahwa Partai Demokrat adalah partai berbasis kesejahteraan bukan spekulasi dan retorika *an sich*. Partai politik yang paham betul dinamika masyarakat beserta kompleksitas masalah yang dihadapi.

Apalagi saat ini masyarakatpun mulai cerdas dalam menentukan pilihannya. Partisipasi publik sudah bisa dikatakan jauh lebih baik dibandingkan pemilu sebelumnya. Ciri-ciri yang melekat sudah bisa dikatakan ada, tentang keterlibatan, bahwa publik sudah mulai berperan (Firmanzah, 2008, 64). Selain itu secara institusional dan aturan main legal, dalam dunia politik kontemporer semuanya juga telah tertata. Akan tetapi dengan cukup lengkapnya pranata demokrasi tantangan partai politik menjelang dan saat pemilu 2009 semakin kompleks. Pergeseran antar elit dan ketidakpercayaan publik terhadap partai politik semakin tinggi. Secara relatif partai juga mulai bergeser pada pegangan idealisme ideologi mereka demi kepentingan yang relatif pragmatis.

Dengan demikian, Partai politik dan kandidat legislatif harus cerdas pula dalam mengambil suara masyarakat supaya tidak diambil suaranya oleh

calon legislatif lawannya. Mereka harus pintar-pintar memutar otak mencari strategi yang tepat sesuai dengan kultur sosial-politik masing-masih daerah yang bersangkutan.

Di tengah-tengah era demokratisasi, strategi komunikasi politik merupakan cara yang tepat untuk menghasilkan kemenangan dalam pemilihan umum maupun pemilihan legislatif. Tentunya metode dan konsep komunikasi politik yang dapat langsung digunakan dalam konteks dunia politik. Namun, partai politik dan kontestan sangat membutuhkan metode efektif untuk bisa membangun hubungan jangka panjang dengan konstituen dan masyarakat luas. Komunikasi yang diadaptasi dalam dunia politik, dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas transfer ideologi dan program kerja, dari partai politik ke masyarakat.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti hendak mengajukan penelitian dengan rumusan sebagai berikut;

B. Rumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang di atas maka rumusan masalah ini ialah: Bagaimana dinamika komunikasi politik Partai Demokrat pada Pemilu tahun 2009 di daerah pemilihan III Jawa Timur: yang meliputi Situbondo, Bondowoso dan Banyuwangi?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana komunikasi Partai Demokrat dalam Pemilu Legislatif 2009 dalam pemenangan para calon legislatif RI di dapil III Jawa Timur: Situbondo, Bondowoso dan Banyuwangi.

D. Kegunaan Penelitian

1. Teoritis
 - a. Memperkaya khazanah referensi keilmuan terkait komunikasi politik khususnya dalam konteks pentas politik.
 - b. Menjadikan pendekatan integrasi-interkoneksi sebagai pendekatan baru dalam kajian komunikasi politik..
2. Praktis
 - a. Mengetahui dan mendalami strategi komunikasi politik Partai Demokrat dalam Pemilu 2009 dapil III Jawa Timur: Situbondo, Bondowoso, dan Banyuwangi.
 - b. Menelusuri dan menemukan fakta-fakta sosial dan politik yang mendukung terhadap proses pemenangan Partai Demokrat Dapil III Jatim: Situbondo, Bondowoso, dan Banyuwangi menuju kursi RI.
 - c. Menelesuri sikap dan perilaku aktor-aktor politik Partai Demokrat ketika berkomunikasi untuk merebut hati masyarakat Situbondo, Bondowoso, dan Banyuwangi.

E. Telaah Pustaka

Penelitian-penelitian yang berkaitan dengan strategi pemenangan calon-calon tertentu, partai politik tertentu, telah banyak ditemukan termasuk strategi pemenangan partai, caleg, dan lain sebagainya. Penelitian yang akan dilakukan peneliti dalam beberapa hal memiliki kesamaan dan perbedaan dengan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

Pertama, skripsi tentang Strategi Komunikasi Politik dalam Pemenangan Pemilu (Strategi Komunikasi Politik dalam Pemenangan Calon Walikota dan Wakil Walikota, Ir. H. Joko Widodo dan FX. Hadi Rudyatmo dalam Pemilu kota Suarakarta tahun 2010). Skripsi yang ditulis Danur Widyo Arikusuma mahasiswa UNS tahun 2011 ini menggambarkan relasi yang cukup intens antara aktor politik dan konstituennya. Komunikasi politik yang dibangun tidak saja melalui kuasa media massa, tetapi terjun langsung dan menjadi bagian penting dari kebutuhan masyarakat kota Solo.

Kedua, skripsi tentang Kebijakan dan Strategi Pemenangan Pemilu PDI-P PAC Polokarto Kabupaten Sukoharjo Pada Pemilu Legislatif 2004 oleh Asnanto Puji Raharjo Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UPN Yogyakarta tahun 2006. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa di kecamatan Polokarto Kabupaten Sukoharjo PDI Perjuangan dalam menjalankan kebijakan dan strategi dinilai telah berhasil, terbukti dengan kemenangan PDI Perjuangan pada pemilu legislatif tahun 2004. Kebijakan dan strategi tersebut meliputi: pemantapan ideologi, program konsolidasi, program kaderisasi, program pengabdian, program pemenangan pemilu, program pra-pemilu, program pasca pemilu.

Hambatan yang dihadapi oleh PDI – P adalah tim sosialisasi dari PDI Perjuangan mempunyai hambatan mengenai kualitas sumber daya manusia dari para pengurus dalam hal proses sosialisasi kebijakan dan strategi pemenangan pemilu tahun 2004 baik legislatif maupun pemilu presiden tahap I

dan II. Rata-rata pendidikan dari para pengurus dan tim pemenangan pemilu adalah tamatan Sekolah Dasar.

Perbedaan mendasar penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah; penelitian Asnanto terfokus pada persoalan kebijakan dan strategi pemenangan PDIP. Dalam konteks tersebut Asnanto hanya membahas kebijakan dan strategi pemenangan secara umum. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan akan fokus pada rumusan *marketing politik* yang dilakukan Partai Demokrat pada pemilihan legislatif 2009 di dapil III Jawa Timur.

Ketiga, skripsi berjudul Strategi Pemenangan Partai Golkar Pada Pemilu Legislatif di Kota Gorontalo (Studi Kasus: Di DPRD II Partai Golkar Kota Gorontalo oleh Novalliansyah Abdussamad mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Negeri Semarang tahun 2011. Kesimpulan dari penelitian ini, Partai Golkar untuk memenangi pemilu legislatif 2009 tidaklah mudah. Oleh karena itu, Partai Golkar pada rekrutmen calon anggota legislatif menetapkan berdasarkan ketokohan, loyalitas kepada partai, serta merupakan kader partai.

Strategi yang digunakan meliputi; strategi jangka panjang dengan pembentukan image politik sebagai identitas partai, dapat menjawab kebutuhan masyarakat (bidang sosial dan keagamaan). Strategi jangka pendek yang diterapkan dalam pemenangan Partai Golkar yaitu melakukan tahap pengenalan, tahap pengkondisian, tahap konstituen, tahap election, dan tahap pengabdian. Dari adanya strategi ini mengingatkan masyarakat apa yang telah dilakukan oleh Partai Golkar dalam menjawab kebutuhan masyarakat, serta

dapat membentuk dan mengarahkan opini publik agar berkeyakinan dalam memilih Partai Golkar.

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah; pada penelitian tersebut peneliti mengkaji secara detail bagaimana strategi partai Golkar dalam pemenangan DPRD II Kota Gorontalo yang didalamnya terfokus pada pembangunan identitas calon dalam rangka meraih simpati pemilih. Penelitian tersebut sepenuhnya membahas dinamika politik. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan akan membahas strategi pemasaran politik sebagai bagian dari proses komunikasi Partai Demokrat dalam pemenangan calon legislatif di dapil III Jawa Timur.

Keempat, tesis tentang Strategi Pemenangan Calon Anggota Legislatif Perempuan Pada Pemilu Legislatif (Studi Pada Caleg Perempuan Terpilih Pada DPRD Kota Medan) oleh Kartika Panjaitan mahasiswa pascasarjana Sosiologi Universitas Gajah Mada tahun 2011. Hasil kesimpulan penelitian ini mengungkapkan bahwa Salah satu yang menjadi kunci keberhasilan para calon legislatif terpilih yaitu dengan menggunakan teknik kampanye dari pintu ke pintu (*Door to Door Campaign*), kampanye diskusi kelompok (*Group Discussion Campaign*), kampanye massa tidak langsung (*Indirect Massa Campaign*), dan kampanye massa langsung (*Direct Massa Campaign*).

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah; penelitian tersebut membahas strategi pemenangan calon legislatif perempuan yang didalamnya dibahas teknis kampanye yang

dilakukan oleh tim pemenangan. Penelitian tersebut sama sekali tidak menyentuh pada aspek *marketing* sebagai sebuah *trend* strategi baru dalam propaganda politik.

Kelima, skripsi tentang Strategi Pemenangan Mutlak Partai Aceh Pada Pemilu Legislatif oleh M. Chandra Rizqi mahasiswa jurusan Jinayah Siyasa Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2010. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa lahirnya Parlok Partai Aceh tidak terlepas dari pengalaman historis. Rakyat Aceh sudah jenuh dengan partai politik berbasis nasional yang selalu saja dimenangkan kekuatan status quo. Selain itu, rakyat Aceh juga sudah lelah dengan janji caleg parnas yang ujung-ujungnya hanya janji bukan bukti nyata bagi masyarakat.

Kehadiran parpol lokal diharapkan bisa memberi perubahan general struktur perlemen yang selama ini kaku, berselemek korupsi, memperkaya diri serta tidak peduli nasib rakyat kecil. Parlok diharapkan mampu mengatur sistim ketatanegaraan negara yang selama ini amburadul.

Kemenangan besar Partai Aceh pada pemilu legislatif tidak terlepas dari peran elit partainya yang mampu memanfaatkan isu politik MoU Helsinki sebagai masa depan politik Aceh. Kemampuan mengusung isu tersebut menjadi efektif sebab caleg dari Partai Aceh cukup pandai melakukan pemberdayaan politik (*political empowering*) dari grassroot sampai elit Aceh di level provinsi. Basis massa Partai Aceh sangat real dan heterogen secara status sosial, dari masyarakat di gampong sampai masyarakat kota. Suatu strategi

politik yang sederhana, murah dan efektif namun dianggap populis bagi masyarakat di Aceh.

Perbedaan dengan penelitian yang akan saya lakukan hampir sama dengan beberapa riset sebelumnya; skripsi tersebut hanya membahas strategi pemenangan secara umum. Selain itu yang menjadi objek penelitian adalah partai lokal Aceh yang tentunya secara karakteristik memiliki perbedaan yang cukup jauh dengan Partai Demokrat sebagai partai terbesar pada pemilu 2009. Selain itu tipologi politik di Aceh juga sangat berbeda dengan peta politik di dapil III Jawa Timur.

Secara umum penelitian tentang Strategi Pemenangan Caleg Partai Demokrat dalam Pemilu Legislatif tahun 2009 melalui pendekatan marketing politik khususnya di dapil III Jawa Timur masih belum dilakukan. Sehingga penelitian yang akan dilakukan ini mampu di jadikan bahan kajian baru oleh para ilmuan yang konsen di bidang komunikasi politik baik di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta maupun di beberapa Perguruan Tinggi yang tersebar di Jawa maupun di luar Jawa.

F. Landasan Teori

Dasar penelitian yang paling paling besar perannya adalah teori karena dengan dasar inilah peneliti mencoba memberikan penerapan tentang fenomena sosial dan fenomena alami yang menjadi pusat perhatiannya. landasan teori menguraikan jalan pikiran menurut kerangka teori yang logis. Artinya mendudukan masalah penelitian yang telah di rumuskan didalam kerangka teoritis relevan yang mampu menerangkan masalah tersebut. Upaya

ini dimaksudkan agar dapat menjawab dan menerangkan masalah yang telah dirumuskan.

1. Komunikasi

Harold Laswell dalam (Deddy Mulyana, 2012: 69) Menggambarkan komunikasi adalah siapa mengatani apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana (*who says what in which to whom with what effect*). Berdasarkan pengertian ini, dapat diturunkan pada lima unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain.

Pertama, Sumber (*komunikator*) adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. *Kedua*, Pesan, yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. *Ketiga*, saluran atau media, yakni alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. *Keempat*, Penerima (*komunikan*) yakni orang yang menerima pesan dari sumber. *Kelima*, efek, yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut.

Komunikasi dalam hal ini diartikan sebagai *dyadic* yaitu komunikasi dua arah (Barry & Carnt, 1997: 156). Dua arah berarti komunikasi yang tidak hanya dilakukan oleh partai politik kepada masyarakat, tetapi juga dari masyarakat kepada partai politik. Karena dari kondisi masyarakat yang beraneka ragam, tersebar dan terkadang tidak terorganisir, akan sulit membayangkan adanya sistematisasi komunikasi pesan yang dilakukan masyarakat kepada partai politik (Firmanzah, 2007: 256).

2. Politik

Menurut Miriam Budiarjo (2008: 7) politik adalah bermacam-macam kegiatan dalam suatu system politik atau Negara yang menyangkut proses menentukan tujuan-tujuan system itu dan melaksanakan tujuan-tujuan itu. Pengambilan keputusan mengenai apakah yang menjadi tujuan dari system politik itu menyangkut seleksi antara beberapa alternative dan penyusunan skala prioritas dari tujuan-tujuan yang telah dipilih itu.

Untuk melaksanakan tujuan-tujuan itu tentu diperlukan kebijakan-kebijakan umum yang menyangkut pengaturan dan atau alokasi dari sumber-sumber resources yang ada. Sedangkan untuk melaksanakan kebijakan-kebijakan itu, perlu dimiliki kekuasaan dan kewenangan, yang akan dipakai baik untuk membina kerja sama maupun untuk menyelesaikan konflik yang mungkin timbul dalam proses ini. Cara-cara yang dipakainya dapat bersifat paksaan. Tanpa unsure paksaan, kebijakan ini hanya merupakan perumusan keinginan belaka. Politik selalu menyangkut tujuan-tujuan dari seluruh masyarakat, bukan tujuan pribadi seorang. Selain itu politik menyangkut kegiatan berbagai kelompok termasuk partai politik dan kegiatan individu.

3. Komunikasi Politik

Dalam perspektif Michael Rush dan Philip Althoff (1985:45), komunikasi politik merupakan proses dimana informasi politik yang relevan

diteruskan dari suatu bagian sistem politik kepada bagian lainnya dan di antara sistem-sistem sosial dengan sistem-sistem politik. Komunikasi politik merupakan suatu elemen yang dinamis dan menentukan sosialisasi politik dan partisi pasipolitik.

Pola-pola komunikasi politik berupa komunikasi pengetahuan, nilai-nilai dan sikap-sikap yang dikembangkan oleh suatu negara menentukan bentuk sosialisasi politik dan partisipasi politik yang terjadi di negara yang bersangkutan. Dalam hal ini komunikasi politik menentukan corak perilaku insan politik.

Di sini, ada beberapa komponen penting yang terlibat dalam proses komunikasi politik.

Pertama, komunikator dalam komunikasi politik, yaitu pihak yang memprakarsai dan mengarahkan suatu tindak komunikasi.

Kedua, khalayak komunikasi politik. Yaitu peran penerima yang sebetulnya hanya bersifat sementara. Sebab seperti konsep umum yang berlaku dalam komunikasi, ketika penerima itu memberikan feedback dalam proses komunikasi politik atau ketika ia meneruskan pesan-pesan kepada khalayak lain dalam kesempatan komunikasi yang berbeda, maka saat itu peran penerima telah berubah menjadi sumber komunikator.

Ketiga, saluran komunikasi politik. Yakni setiap unsure yang memungkinkan sampainya pesan-pesan politik.

Dalam konteks ini komunikasi politik bukanlah suatu bentuk komunikasi yang spesifik dan terpisah dari model komunikasi sosial.

Komunikasi politik hanyalah serpihan kecil dari komunikasi sosial. Oleh sebab itu pola-pola dasarnya pun mengikuti pola-pola komunikasi sosial. Proses implementasi komunikasi politik ini dapat ditengarai dengan hadirnya proses komunikasi vertikal. Semisal pemimpin dengan masyarakat. Komunikasi horizontal yang dapat dilacak dengan komunikasi antara individu yang satu dengan lainnya. sekaligus pola komunikasi formal, melalui proses komunikasi antara organisasi-organisasi formal.

Penting untuk dipahami bahwa tanpa komunikasi politik yang efektif, maka aktivitas politik akan kehilangan bentuk. Oleh sebab itu sumber pesan, dituntut untuk menyampaikan pesan yang jelas kepada para pendukungnya dan masyarakat luas. Lebih dari pada itu, aktor-aktor politik yang melakukan komunikasi harus mengerti saluran yang tepat. Dengan harapan komunikasi yang tepat, akan berimplikasi pada umpan balik yang tepat pula.

4. Saluran komunikasi Politik

Dalam mencapai komunikasi politik yang efektif, tentu harus ada muatan saluran komunikasi politik yang digunakan. saluran komunikasi politik merupakan mobilitas politik yang akan mengantarkan pesan-pesan politik sampai pada konstituen. Merujuk pada perspektif Graber (1984:04) ada beberapa saluran yang efektif digunakan dalam kampanye politik.

a. Media Massa

Media massa merupakan satu perangkat penting dalam komunikasi politik. Di abad ini media massa adalah pilar ke empat

setelah Legislatif, eksekutif, dan yudikatif. Kehadirannya telah memberikan afirmasi keterbukaan informasi yang cepat dan tepat. Sehingga ketika gugus politik mengalami kemandekan maka media massa menjadi kunci paling strategis untuk membuat dinamika politik cair dan flaksibel terutama dalam kaitannya dengan pesan-pesan taktis partai politik tertentu.

Selain dari pada itu salah satu fungsi media massa dalam sistem dan logika politik yakni sebagai media sosialisasi politik. Media massa juga melakukan proses pembelajaran tentang orientasi dan nilai-nilai dasar kepada individu dalam memahami manifesto partai politik tertentu. Bahkan media juga bisa dipandang sebagai instrument ideology.

b. Opinion Leader

Dalam konteks politik Opinion Leader dapat dilacak dengan hadirnya seorang pemuka sosial kemasyarakatan dalam kontes territorial tertentu. Ia merupakan bagian integral dalam sebuah dinamika masyarakat. Ia tidak saja menjadi aktor unik dan berkarisme tetapi juga menjadi 'tulang punggung' atas hadirnya nilai, sistem, tradisi dalam konteks sosial tertentu. Sehingga jika partai politik ingin melebur dan menjadi bagian dari sistem kehidupan masyarakat dalam menopang sebuah empati, pemfungsian tokoh menjadi niscaya untuk dihadirkan.

c. Komunikasi Langsung

logika komunikasi langsung. Komunikasi jenis ini sebenarnya merupakan taktik lumrah yang biasa kita jumpai. Akan tetapi dalam dataran tertentu ia ternyata sangat efektif dalam menggait simpati masyarakat. Komunikasi langsung akan mengantarkan pada proses penyesuaian antara platform partai dengan aspirasi dan keinginan masyarakat

5. Teori Empati dan Teori Hemofili

Dalam konteks ini, penulis akan menggunakan Teori empati dan teori Hemofili sebagai unit analisis untuk membedah komunikasi politik yang dilakukan oleh Partai Demokrat. Teori ini penting dihadirkan sebab mayoritas aktor politik partai demokrat berhasil mempengaruhi audiens.

Secara sederhana dapat disebutkan bahwa empati adalah kemampuan menempatkan diri pada situasi dan kondisi orang lain. Dalam hal ini K. Berlo (1960) memperkenalkan teori yang dikenal dengan nama *influence theory of empathy* (teori penurunan dari penempatan diri kedalam diri orang lain). Artinya, komunikator mengandaikan diri, bagaimana kalau ia berada pada posisi komunikan. Dalam hal ini individu memiliki pribadi khayal sehingga individu-individu yang berinteraksi dapat menemukan dan mengidentifikasi persamaan-persamaan dan perbedaan

masing-masing, yang kemudian menjadi dasar dalam melakukan penyesuaian ((Anwar Arifin, 2003:46).

Dalam komunikasi politik, kemampuan memproyeksikan diri sendiri ke dalam titik pandang dan empati orang lain memberi peluang kepada seorang politikus untuk berhasil dalam pembicaraan politiknya. Akan tetapi, menempatkan diri sendiri sebagai orang lain itu memang sangat tidak mudah. Justru itu, empati dapat ditingkatkan atau dikembangkan oleh seorang politikus melalui komunikasi social dan komunikasi politik yang sering dilakukan.

Teori Komunikasi politik ini juga mengatakan bahwa komunikasi yang dibangun atas dasar kesamaan akan lebih lancar dan lebih efektif dari pada didasarkan oleh ketidaksamaan seperti ras, derajat, dan sebagainya.

Dalam perseptif Novel Ali (1999) Kesamaan-kesamaan dalam teori ini dapat dibedakan dengan beberapa hal.

- a. Kesamaan atentif, dimana seluruh masyarakat memiliki kesamaan dalam konteks sistem dan tata nilai kelas politik. Semisal kecenderungan masyarakat yang memiliki tingkat pendidikan tinggi dan profesi tertentu akan saling berjumpa membentuk satu consensus tentang dinamika politik.
- b. Kesamaan berpikir pada satu isu tertentu. Kesamaan ini adalah kesamaan berpikir yang didasarkan pada varian isu yang berkembang. Kelompok ini muncul dari konvergensi selektif

sehingga sampai pada satu titik yang dipilih dan berhubungan dengan isu tertentu.

- c. Kesamaan Ideologis. Kesamaan kelompok yang memiliki sistem kepercayaan yang relatif tertutup. Dengan ukuran nilai-nilai suka dan tidak suka. Mereka menganut kepercayaan dan atau nilai secara logis saling melekat dan tidak berkontradiksi satu sama lain. .

Dengan demikian, empati dalam komunikasi politik adalah sifat yang sangat dekat dengan citra seseorang politikus tentang diri dan tentang orang lain. Itulah sebabnya empati dapat dinegosiasikan atau dimantapkan melalui komunikasi politik yang efektif.

Dalam posisi ini ada beberapa tahap untuk sampai pada apa yang disebut sebagai kesamaan seperti yang termaksud dalam logika teori empati dan homofili. Menurut Asep Saiful Muhtadi (2008:14) beberapa tahap tersebut antara lain

Pertama, tahap inovasi yaitu tahap dimana suatu inovasi atau ide-ide baru dalam politik di rumuskan dan dikembangkan dengan semangat transendensi sosial. Ideologi dalam partai politik didistribusikan melalui relasi-relasi yang nyata terhadap masyarakat. Melalui sosialisasi yang tidak hanya berpegang teguh pada kemenangan partai, tetapi juga karena ada satu visi ideal pembangunan kesejahteraan.

Kedua, tahap difusi yaitu dimana ide-ide kreatif dan visi misi ideal partai politik disosialisasikan melalui pelebagaan sosial. Semisal partai

politik mendirikan rumah warga berbasis pengetahuan yang di dalamnya memuat dan menampung masyarakat dan bagaimana masyarakat melekat kebijakan-kebijakan pemerintah. Sehingga proses pelebagaan gagasan ini merupakan varian penting dari transfer ideology partai politik tertentu.

Bahkan tidak hanya itu partai politik bisa menciptakan sekolah bagi lansia dan anak terlantar yang semuanya melalui proses intensifikasi visi-visi yang komprehensif. Sehingga taktik ini pada titik klimaksnya akan dibaca dan ditafsirkan sebagai gerakan massif. Sehingga masyarakat tidak melihat partai politik dalam kerangka pragmatisme, tetapi lebih dari pada itu juga berkontribusi aktif dalam mewujudkan sumberdaya manusia yang matang.

Ketiga, tahap konsekuensi. Kreativitas politik yang diadaptasi melalui penolakan-penolakan atas system dan mekanisme yang dibangun sebelumnya. Setidaknya tidak semua kebijakan akan diterima secara penuh. Tetapi kebijakan acapkali bersifat selektif ketika ia sudah diterapkan dalam dinamika masyarakat. Di sini tahap konsekuensi lebih bersifat evaluatif untuk kemudian kembali membangun konsep-konsep kesejahteraan yang hakiki. Inilah tahap dimana seorang komunikator politik menjelma menjadi muara dari semua problem dan krisis multidimensi yang melanda masyarakat.

Kesadaran partai politik untuk kembali melakukan kerja-kerja kesejahteraan tidak sebatas berhenti pada satu momentum. Seperti halnya

momentum politik seperti pemilu. Tetapi harus tetap berkesinambungan dan berkelanjutan. Sehingga nantinya. Platform politik diterima secara utuh.

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penulisan skripsi ini, penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif. Dimana penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan memahami dengan cermat fenomena yang akan dilakukan dalam masyarakat (Sugiono. 2009: 12)

Menurut Hadari Nawawi (1987: 63), metode penelitian deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan subjek atau objek penelitian seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya.

Pendekatan yang dilakukan oleh penulis dalam penyelesaian skripsi ini adalah pendekatan kualitatif. Dimana dengan pendekatan kualitatif ini akan dapat menghasilkan data yang tertulis maupun lisan dari orang-orang yang diamati dilapangan. Hal ini peneliti dalam memperoleh data maka harus terjun kelapangan. Agar peneliti dapat melihat dan mengamati fenomena yang ada dalam partai politik yakni *marketing politik* Partai Demokrat dalam pemilihan umum legislatif 2009.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Arikunto Sukarmi (1998: 6) mendefinisikan subjek penelitian adalah individu, benda, atau organisme yang dijadikan sumber informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian. Istilah lain adalah responden, yaitu orang yang memberi respon atas suatu perlakuan yang diberikan kepadanya.

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah struktur Partai Demokrat, tokoh masyarakat, dan para kandidat. Informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Informan merupakan struktur Partai Demokrat DPC Situbondo, Banyuwangi, dan Bondowoso
2. Informan merupakan Tim Pemenangan Calon Legislatif Partai Demokrat Dapil III 2009

b. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah komunikasi politik Partai Demokrat dapil III Jawa Timur 2009.

3. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Dapil III Jawa Timur yang meliputi Kabupaten Situbondo, Bondowoso. Dan Banyuwangi. Lebih lanjut tempat penelitian ini akan dilakukan di kantor DPC Partai Demokrat di tiga Kabupaten tersebut. Penelitian ini akan dilaksanakan selama kurang lebih tiga minggu dimulai pada tanggal 15 Oktober-30 Oktober 2013.

4. Jenis Data

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung melalui sumbernya (tanya jawab atau wawancara) dengan pihak-pihak yang terkait dengan masalah-masalah dalam penelitian.

Untuk memperoleh kelengkapan data dan informasi, maka penulis juga menggali informasi dari pihak-pihak di luar unit terkait analisis yang secara tidak langsung masih berhubungan dengan masalah penelitian

b. Data sekunder

Data yang diperoleh secara tidak langsung dari obyek penelitian. Data ini diperoleh melalui studi pustaka seperti artikel-artikel, dokumen, media massa dan data-data terkait lainnya.

5. Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara yaitu teknik pengumpulan data dengan bertanya langsung kepada informan dengan berpedoman pada daftar pertanyaan (Interview guide). Peneliti berperan mengkomunikasikan pertanyaan-pertanyaan ini sebagaimana tertera dalam *interview guide* sehingga informan dapat memahami pertanyaan tersebut. Dalam wawancara mendalam ini dimungkinkan penulis dapat menggali lebih jauh jawaban informan dengan pertanyaan-pertanyaan baru yang merupakan pengembangan dari pertanyaan ini yang ada di dalam *interview guide*.

Wawancara dilakukan secara mendalam kepada informan (*key person*) anggota Tim Partai Demokrat dalam pemenangan pemilu 2009

Dapil III Jatim meliputi Situbondo, Bodowoso dan Banyuwangi dan sebagian besar masyarakat Dapil tiga di tiga kabupaten tersebut.

b. Observasi

Observasi ialah teknik pengumpulan data dengan cara pengamatan dan pencatatan yang dilakukan secara sistematis terhadap gejala-gejala sosial yang relevan dengan objek penelitian. Penulis hanya mengadakan pengamatan dan pencatatan terhadap sikap, pendapat, pengetahuan, kegiatan, dan hal-hal lain yang sekiranya dapat mendukung penelitian.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah meliputi: buku-buku, literatur, artikel-artikel, alat-alat peraga serta dari sumber-sumber lain yang berkaitan dengan permasalahan penelitian tersebut.

6. Teknik Analisis Data

Dalam analisa kualitatif, terdapat tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan (Manulang, 2004: 35):

- a. Menelaah sumber data, dimulai dengan keseluruhan data yang tersedia dari hal wawancara, observasi, studi pustaka maupun sumber lain.
- b. Reduksi data, diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan hasil penelitian di lapangan. Melalui kegiatan ini, peneliti dapat menggolongkan, mengarahkan dan mengorganisasi data sehingga dapat ditarik kesimpulan akhir.

- c. Menarik kesimpulan atau verifikasi, merupakan langkah terakhir dari kegiatan analisis kualitatif. Penerapan kesimpulan ini tergantung pada besarnya kumpulan catatan di lapangan.

7. Metode Keabsahan Data

Keabsahan atau validitas data dalam penelitian komunikasi kualitatif lebih menunjukkan pada tingkat sejauh mana data yang diperoleh secara akurat mewakili realitas yang diteliti (Pawito, 2008:97).

Oleh karena itu untuk meningkatkan keabsahan data peneliti menggunakan teknik triangulasi data dan Triangulasi teori. Triangulasi data adalah membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif (Sugiono, 2009: 21). Triangulasi teori adalah penggunaan berbagai teori yang berlainan untuk memastikan bahwa data yang di kumpulkan sudah memasuki syarat (Asmadi, 2004 : 27)

triangulasi sumber data dalam penelitian ini adalah membandingkan dan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang telah diperoleh melalui waktu dan cara yang berbeda dalam metode kualitatif dengan:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara. Pada tahap ini peneliti melakukan proses komparasi berbagai data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan hasil pengamatan selama melakukan penelitian di Partai Demokrat khususnya Dapil III Jawa

Timur. Hal ini dalam rangka mencari tingkat akurasi data yang valid sebagai dasar acuan analisis dan pembahasan masalah.

2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan yang dikatakan pribadi. Tidak semua informan yang diwawancarai selalu menyampaikan informasi secara objektif. Subjektivitas informan dalam menyampaikan informasi sangat tergantung pada konteks dimana ia berbicara. Pada tahap ini peneliti bertujuan untuk mencocokkan tingkat validitas informasi dari informan.
3. Membandingkan dengan apa yang dikatakan orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu. Inkonsistensi informasi merupakan salah satu kunci matang atau tidaknya data yang diperoleh dalam proses penelitian. Komparasi antara data yang didapat ketika wawancara dengan data yang didapatkan dari berbagai sumber yang telah ada merupakan proses yang tidak bisa ditinggalkan.
4. Membandingkan hasil wawancara dengan isu suatu dokumen yang berkaitan. Tahap terakhir dari metode triangulasi adalah membandingkan antara data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dengan data-data sekunder. Data-data sekunder disini khususnya yang didapat dari dokumen-dokumen pendukung yang terkait dengan objek penelitian.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Komunikasi Politik Partai Demokrat dalam pelaksanaan Pemilu 2009 di daerah pemilihan III Jawa Timur yang meliputi Kabupaten Situbondo, Bondowoso, dan Banyuwangi dijalankan melalui beberapa tahapan. Komunikasi politik menjadi praktik yang tidak bisa ditinggalkan dalam konteks kemenangan Partai Demokrat di daerah pemilihan III Jawa Timur.

Proses komunikasi politik Partai Demokrat meliputi empat tahapan. *Pertama*, tahap pendefinisian masalah melalui kajian teoritis politik dan internalisasi. *Kedua*, tahap perencanaan yaitu membuat rumusan taktis dari hasil studi dan kajian masalah. *Ketiga*, Tahap pelaksanaan yaitu proses transformasi nilai-nilai Partai Demokrat kepada masyarakat guna melakukan agitasi dan propaganda. *Keempat*, tahap evaluasi. Tahap evaluasi ini meliputi dua hal yaitu evaluasi rutin dan evaluasi berkala. Dalam konteks pemilu 2009 Partai Demokrat telah berhasil memenangkan pemilihan di daerah pemilihan III Jawa Timur.

Secara umum komunikasi politik yang dijalankan Partai Demokrat Dapil III Jawa Timur adalah dengan berusaha terjun langsung menjadi bagian dari ratapan krisis masyarakat. Sehingga para komunikator mengetahui dengan pasti segala problem yang dihadapi. Dan sekaligus didorong oleh

media serta menghadirkan sosok Presiden Susilo Bambang Yudhoyono yang berhasil menjalankan pemerintahan ke dalam setiap aktivitas politik calon legislatif Partai Demokrat. Sosok SBY selalu menjadi figur yang menghiasi produk politik partai Demokrat di dapil III Jawa Timur. Ada semacam transfer ketokohan figur SBY kedalam setiap proses komunikasi politik yang dijalankan Partai Demokrat dapil III Jawa Timur. Dalam bahasa sederhana, pilihlah Demokrat, pilihlah caleg Demokrat, mereka adalah bagian dari SBY yang cerdas, bersih, dan santun.

B. Kritik dan Saran

1. Kepentingan Praktis

Kritik utama bagi penulis terhadap Partai Demokrat daerah pemilihan III Jawa Timur adalah: *Pertama*, terlalu bertumpu pada sosok SBY yang sedang mengalami citra positif di media dan masyarakat. Hal ini tentu merupakan boomerang bagi Partai Demokrat, karena tidak selamanya SBY akan selalu dilihat positif oleh rakyat. Parta-partai khususnya di struktur daerah pemilihan III Jawa Timur seharusnya lebih kreatif dalam melahirkan kader-kader lokal yang mampu menjadi tokoh bagi masyarakat di dapil masing-masing. Tidak terlalu bergantung pada struktur pusat.

Kedua, Partai Demokrat daerah pemilihan III Jawa Timur kurang begitu terbuka ketika ditanya terkait dana kampanye. Peneliti tidak bisa mengakses data-data keuangan yang menjadi biaya politik selama pelaksanaan pemilu legislatif 2009. Kondisi ini tentu akan menambah

syakwasangka di kalangan masyarakat yang tengah beredar wacana tentang buruknya sistem pendanaan partai. Seharusnya jika Partai Demokrat konsisten mengusung diri sebagai partai yang cerdas, bersih dan santun maka seharusnya partai harus transparan dan akuntabel dalam pengelolaannya.

2. Kepentingan Akademis

Kajian tentang komunikasi politik merupakan suatu kajian yang dinamis. Mengingat bahwa kondisi perpolitikan di Indonesia yang masih mengalami proses transisi menuju perbaikan demokrasi. Hal ini tentu membutuhkan kajian-kajian politik dari kaca mata komunikasi secara intens.

Kampus sebagai ruang kaum intelektual harus mampu memproduksi wacana-wacana penyeimbang kepada masyarakat di tengah-tengah krisis ketidakpastian opini media. Komunikasi politik sebagai jalan politik yang harus ditempuh partai politik juga masih sangat minim di Indonesia. Maka ke depan penulis berharap, penelitian semacam ini lebih bisa digencarkan lagi, khususnya dalam hal akademis.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, 1991. *Komunikasi Politik dan Sistem Politik Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ali, Novel. 1999, *Peradaban Komunikasi Politik: Potret Manusia Indonesia*. Bandung; Remaja Rosdakarya
- Arifin, Anwar. 2006. *Pencitraan dalam Politik*. Jakarta: Pustaka Indonesia.
- Arifin, Anwar. 2003. *Komunikasi politik*. Jakarta: Balai Pustaka
- Arikusuma, Danur Wadyo. 2011. *Strategi Komunikasi Politik dalam Pemenangan Pemilukada (Strategi Komunikasi Politik dalam Pemenangan Calon Walikota dan Wakil Walikota, Ir. H. Joko Widodo dan FX. Hadi Rudyatmo dalam Pemilukada kota Suarakarta tahun 2010)*. Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNS Solo
- Budiardjo, Miriam. 2008. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Chandra, Rizqi. 2010. *Strategi Pemenangan Mutlak Partai Aceh Pada Pemilu Legislatif Tahun 2009*. Skripsi. Program Studi Jinayah Siyasah Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Cangara, Hafied. 2009. *Komunikasi Politik, Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta. Rajawali Pers
- Graber, Doris A. 1984. *Mass Media And American Politics*. Washington DC: CQ press
- Raharjo Asnanto Puji. 2004. *Kebijakan dan Strategi Pemenangan Pemilu PDI-P PAC Polokarto Kabupaten Sukoharjo Pada Pemilu Legislatif 2004*. Skripsi. Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UPN Yogyakarta.
- Panjaitan Kartika. 2011. *Strategi Pemenangan Calon Anggota Legislatif Perempuan Pada Pemilu Legislatif (Studi Pada Caleg Perempuan Terpilih Pada DPRD Kota Medan)* Tesis. oleh mahasiswa pascasarjana Sosiologi Universitas Gajah Mada Yogyakarta.
- Abdussamad Novalliansyah. 2011. *Strategi Pemenangan Partai Golkar Pada Pemilu Legislatif di Kota Gorontalo (Studi Kasus: Di DPRD II Partai Golkar Kota Gorontalo)*. Skripsi. oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Negeri Semarang.

- Maram, Rafael Raga. 2007. *Pengantar Sosiologi Politik*. Jakarta. Rineka Cipta
- Muhtadi, Asep Saiful. 2008. *Komunikasi Politik Indonesia; Dinamika Islam Politik Pasca Orde Baru*. Bandung. Remaja Rosdakarya
- Firmanzah. 2008. *Mengelola Partai Politik*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Firmanzah. 2008. *Marketing Politik, Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Firmanzah. 2010. *Persaingan Legitimasi kekuasaan, dan Marketing Politik*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Kasali, Rhenald. 2000. *Membidik Pasar Indonesia Target Positioning, Segmentasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. 1997. *Marketing Management : Analisis, Planning, Implementation and Control*, ed.8 NJ : Prentice Hall, Engelwood Cliffs.
- Manulang. 2004. *Pedoman Teknis menulis Skripsi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Mulyana, Deddy. 2012. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rosyda.
- Nawawi, Hadari. 1987. *Metodologi Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Nursal, Adman. 2004. *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKIS.
- Poloma, Margaret. 2007. *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta: Rajawali Press.
- Setiyono, Budi. 2008. *Iklan dan Politik: Menjaring Suara Dalam Pemilihan Umum*, Jakarta: AdGoal.Com.
- Alsa, Asmadi. 2004. *Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif Serta Kombinasinya Dalam Penelitian Psikologi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Trout, Jack dan Al Ries. 2002. *Positioning: The Battle for Young Mind*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono, Prof. Dr. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung; Alfabeta.
- Arikunto, Sukarni, 1998. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan*, Jakarta: Rineka Cipta,
- Harian Kompas edisi 20-27 Maret 2009

www.demokrat.or.id diakses pada tanggal 29 Agustus 2013
www.dpr.go.id

CURRICULUM VITAE

Nama : A.Suaidi Rahman
Tempat / Tgl. Lahir : Sumenep, 12 Januari 1987
Alamat : Arjasa Kangean Sumenep.
Universitas : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Fakultas/Jurusan : Fishum / Ilmu Komunikasi
Nim : 08730099
Kontak person : 082113371099
Alamat Email : amanrahman297@yahoo.co.id

Riwayat Pendidikan :

- SDN Arjasa III, Arjasa, Sumenep, 2001
- SMP I Ibrahimy Sukorejo Situbondo, 2004
- SMA1 Ibrahimy Sukorejo Situbondo, 2007
- SI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014

Kursus/Pelatihan yang pernah di Ikuti :

- Pelatihan Dampingi Masyarakat (PDM), 2008
- Pelatihan Kader Dasar (PKD), 2008
- Yout Camp Kebangsaan FPUB Kulon Progo, 2009
- Pelatihan Kader Menengah PMII(PKM), 2012
- Training of Fasilitator, 2012
- Yout Camp KPK Bogor, 2012
- Pelatihan Kader Lanjut PMII (PKL), 2013
- Pelatihan Jurnalisme Politik DPP PPP Jakarta, 2014

Riwayat Organisasi :

- Pengurus OSIM MI Ibrahimy, 2004-2005
- Pengurus OSIS SMA Ibrahimy, 2005-2006
- Ketua III IKSASS Rayon Kangean 2005-2007
- Sekertaris Jendral Keluarga Kangean Yogyakarta (K2Y), 2008-2009
- Pengurus BEM J Ilmu Komunikasi 2008 2010
- Pengurus KORDISKA 2009- 2010
- Ketua UmumPMII Rayon Humaniora Park 2010-2011
- Pengurus BEM FISHUM, 2010-2012
- Ketua Umum Gerakan Pemuda Melawan Korupsi (GPMK), 2011-2013
- Sektaris Jendral PMII Komisariat UIN SUKA, 2011-2012
- Pengurus PMII Cabang Yogyakarta, 2012-2013