

**BRANDING POLITIK CALON PRESIDEN TERHADAP
MENINGKATNYA SUARA PKS DI DPRK KOTA BANDA
ACEH PADA PEMILU 2019**



Disusun Oleh:

NYANYAK MARAWAN PUTRI
NIM. 160801011

**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU PEMERINTAHAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
TAHUN 2020**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nyanyak Marawan Putri
NIM : 160801011
Program Studi : Ilmu Politik
Universitas : UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini benar dibuat oleh penulis sendiri dan belum pernah di ajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara sumber kutipan atau daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam skripsi ini semua atau sebagian isinya terdapat unsur-unsur plagiat, maka saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dapat dicabut/dibatalkan, serta dapat diperoleh sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 23 juli 2020

Yang menyatakan



Nyanyak Marawan Putri

NIM. 160801011

جامعة الرانيري
AR-RANIRY

**“BRANDING POLITIK CALON PRESIDEN TERHADAP
MENINGKATNYA SUARA PKS DI DPRK KOTA BANDA ACEH
PADA PEMILU 2019”**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan
UIN Ar-Raniry Banda Aceh Sebagai Salah Satu Beban Studi
Program Sarjana (S-1) Pada Program Studi Ilmu Politik

Oleh :

NYANYAK MARAWAN PUTRI
NIM. 160801011

Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan
Program Studi Ilmu Politik

Disetujui untuk diuji/dimunaqasyahkan oleh:

Pembimbing I


Eka Januar, M.Soc.Sc.
NIP. 198401012015031003

Pembimbing II


Rizkika Lhena Darwin, M.A
NIP. 198812072018032001

SKRIPSI

Telah Diuji oleh Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan
Dan Dinyatakan Lulus serta Diterima
Sebagai Salah Satu Beban Studi Program
Sarjana (S-1) Ilmu Politik

Diajukan Oleh :

NYANYAK MARAWAN PUTRI
NIM. 160801011

Pada hari / Tanggal
Selasa : 28 Juli 2020
07 Zulhijjah 1441

Di

Darussalam – Banda Aceh

Panitia Ujian *Munaqasyah* Skripsi

Ketua


Eka Januar, M.Soc.Sc
NIP. 198401012015031003

Sekretaris


Rizkika Lhena Darwin, MA
NIP. 198812072072018032001

Penguji I


Dr. Reza Idria, MA
NIP. 198103162011012003

Penguji II


Ramzi Murziqin, MA
NIP. 198605132019031006

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry
Darussalam – Banda Aceh




Dr. Ernita Dewi, S.Ag., M.Hum
NIP. 197307232000032002

ABSTRAK

Nama : Nyanyak Marawan Putri
NIM : 160801011
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan
Judul : Branding Politik Calon Presiden Terhadap Meningkatnya Suara PKS di DPRK Kota Banda Aceh Pada Pemilu 2019
Tanggal Sidang : 28 Juli 2020
Tebal Skripsi : 68 Halaman
Pembimbing I : Eka Januar, M.Soc.sc
Pembimbing II : Rizkika Lhena Darwin, MA
Kata Kunci : Branding Politik, Strategi, Calon Presiden, Pemilu

Penelitian ini dilatar belakangi oleh keberadaan popularitas calon Presiden terhadap kenaikan perolehan suara PKS pada pemilu 2019 di Kota Banda Aceh. PKS pada pemilu 2019 mengusung Prabowo-Sandi. Perolehan suara PKS pada Pemilu 2019 di level DPRK kota Banda Aceh mencapai 18.148 suara. Penelitian ini menjelaskan adanya pengaruh *Branding* Politik calon Presiden yang digunakan untuk meningkatkan perolehan suara PKS. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Kualitatif Deskriptif dengan teknik wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi yang digunakan oleh PKS pada Pemilu 2019 yaitu menggunakan kampanye dan *branding* politik calon presiden sebagai strategi pemenangan PKS. Hal ini yang kemudian membuat Calon Presiden memiliki pengaruh terhadap perolehan kursi legislatif PKS di kota Banda Aceh. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kampanye dan *branding* capres digunakan oleh PKS sebagai strategi pemenangan pada pemilu 2019, adanya pengaruh popularitas capres terhadap peningkatan perolehan suara PKS. Ada empat strategi yang digunakan oleh PKS pada Pemilu 2019 diantaranya: *Line Extension* (perluasan dini) atau strategi untuk program tambahan, *Brand Extention* (Perluasan Merek) menggunakan merek yang sama dengan menargetkan audien baru, *Multi Brand* atau untuk membentuk kesan dan daya tarik sekaligus melindungi citra dan *Co-Brand* yaitu program bersama yang dilakukan agar menguatkan serta menanam *brand* dalam benak masyarakat.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Branding Politik Calon Presiden Terhadap Meningkatnya Suara PKS di DPRK Kota Banda Aceh Pada Pemilu 2019”. Shalawat beriringi salam kepada junjungan alam dan suri tauladan Rasulullah *Shalallahu'alaihiwasallam* beserta keluarga dan para sahabat beliau yang telah memperjuangkan agama Islam di muka bumi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, hal itu dikarenakan keterbatasan dari kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan dari berbagai pihak yang sifatnya membangun, agar menjadi batu loncatan bagi penulis untuk kedepannya menjadi lebih baik lagi.

Pada kesempatan ini Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

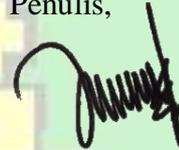
1. Terima Kasih kepada Allah SWT. Dan kepada Baginda Nabi Besar Muhammad SAW.
2. Orang Tua Tercinta dan Keluarga Besar yang telah mendo'akan, menyemangati, baik dari segi materil maupun non materil.
3. Prof. Dr. Warul Walidin, AK. MA, selaku Rektor Uin Ar-Raniry.
4. Dr. Ernita Dewi, S.Ag., M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry beserta jajarannya.
5. Dr. H. Abdullah Sani, Lc, M.A, selaku Ketua Prodi Ilmu Politik. Rizkika Lhena Darwin, M.A selaku Sekretaris Prodi Ilmu Politik. Eka Januar M. Soc. Sc selaku Penasehat Akademik beserta jajarannya.
6. Terima Kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Eka Januar, M. Soc. Sc selaku pembimbing I dan Rizkika Lhena Darwin M.A selaku pembimbing II

yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga serta pikiran dalam memberikan bimbingan dan arahan selama masa penulisan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

7. Kepada orang-orang terdekat Munawwar S.Pd.,S.IP, Intan Aulia Nanda, Nadia Ulfa.
8. Teman-teman seperjuangan Ilmu Politik Angkatan 2016 Siti Ana, Mona Hestika, Nur amelia, Senior Ilmu Politik Khusnul Khatimah S.IP, Reihanah S.IP, Dwi Ayu Wandir S.IP, *Family* S.IP dan sahabat-sahabat penulis dengan motivasi dari kalian semua penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Narasumber dari pihak PKS yang telah memberikan banyak pengetahuan kepada penulis.
10. Semua pihak yang telah membantu penulisan baik secara langsung maupun secara tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini.

Terima Kasih banyak penulis ucapkan, semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan kalian semua.

Banda Aceh, 23 Juli 2020
Penulis,

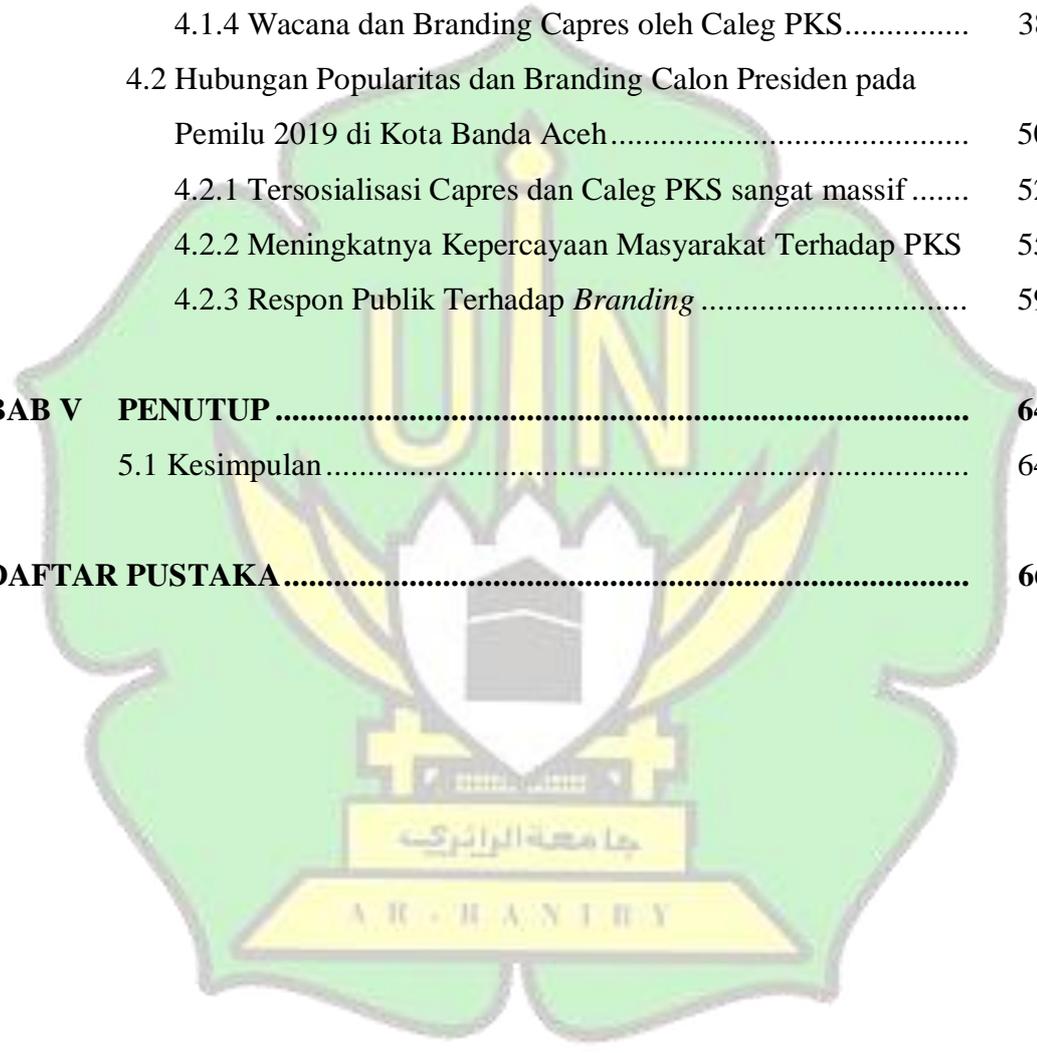


Nyanyak Marawan Putri
NIM. 160801011

DAFTAR ISI

LEMBARAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	i
PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN SIDANG.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penulisan.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.2 Pembahasan Penelitian Yang Relevan	12
BAB III METODE PENELITIAN	15
3.1 Pendekatan Penelitian	15
3.2 Fokus Penelitian.....	15
3.3 Lokasi Penelitian.....	15
3.4 Jenis Dan Sumber Data	15
3.5 Informan Penelitian.....	16
3.6 Teknik Pengumpulan Data	17
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	18
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	19

4.1 Strategi PKS pada Pemilu 2019 di Kota Banda Aceh:	
Kampanye dan Branding Politik Calon Presiden.....	19
4.1.1 Profil Partai Keadilan Sejahtera	19
4.1.2 Konteks Wilayah dan Pemilih di Dapil IV Kota Banda Aceh.....	25
4.1.3 Strategi kampanye PKS	26
4.1.4 Wacana dan Branding Capres oleh Caleg PKS.....	38
4.2 Hubungan Popularitas dan Branding Calon Presiden pada Pemilu 2019 di Kota Banda Aceh.....	50
4.2.1 Tersosialisasi Capres dan Caleg PKS sangat massif	52
4.2.2 Meningkatnya Kepercayaan Masyarakat Terhadap PKS	55
4.2.3 Respon Publik Terhadap <i>Branding</i>	59
BAB V PENUTUP	64
5.1 Kesimpulan.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	66



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Rekapitulasi Suara Pada Pemilu Legislatif DPRK Banda Aceh	5
Tabel 1.2 Informan Penelitian	14



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Instrumen Penelitian

LAMPIRAN 2 : Daftar Branding Capres Oleh PKS

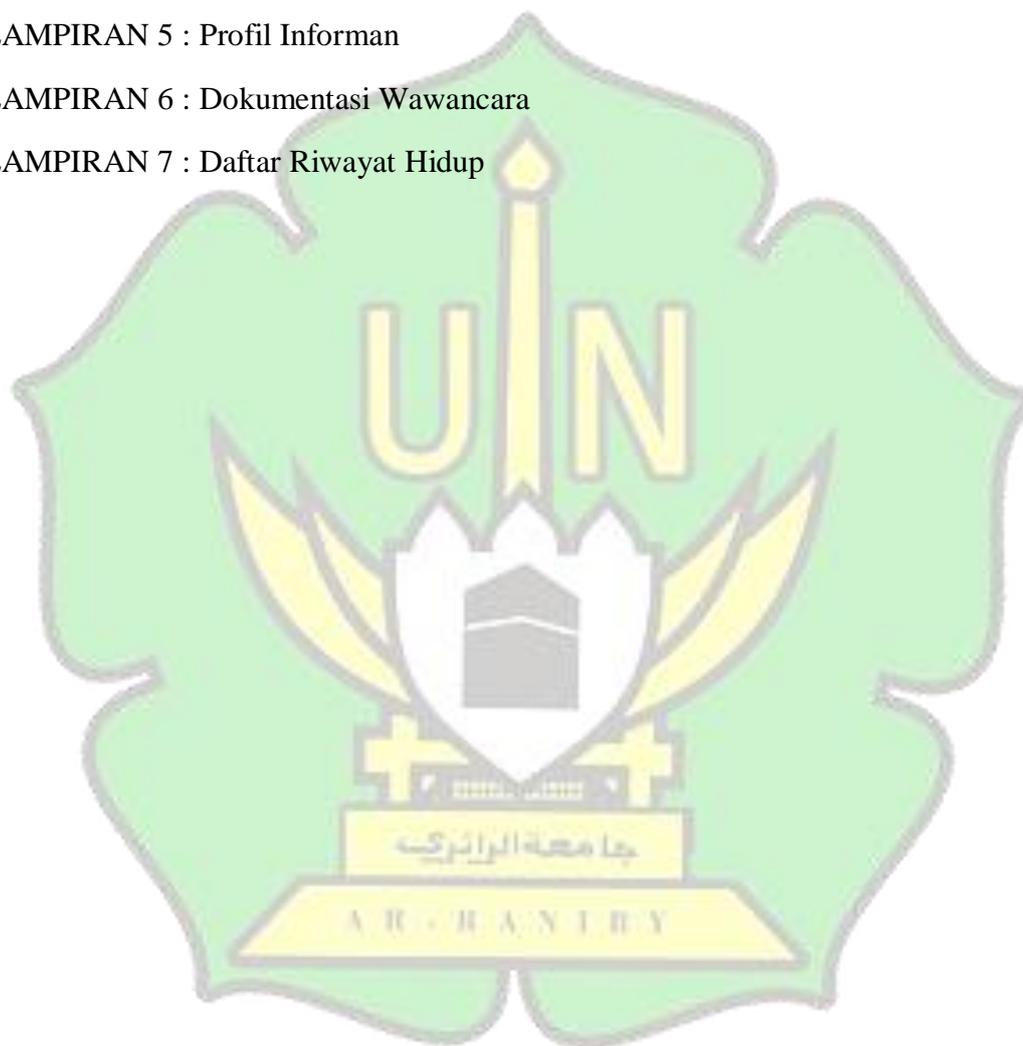
LAMPIRAN 3 : Surat Permohonan Izin Penelitian

LAMPIRAN 4 : Surat Balasan Izin Penelitian

LAMPIRAN 5 : Profil Informan

LAMPIRAN 6 : Dokumentasi Wawancara

LAMPIRAN 7 : Daftar Riwayat Hidup



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pemilu serentak 2019 dilakukan berdasarkan Putusan Mahkamah Konstitusi (MK) Nomor 14/PUU-XI/2013 tentang pemilu serentak. Tujuannya untuk meminimalkan pembiayaan negara dalam pelaksanaan pemilu, meminimalisir politik biaya tinggi bagi peserta pemilu, serta politik uang yang melibatkan pemilih, penyalahgunaan kekuasaan atau mencegah politisasi birokrasi, dan merampingkan skema kerja pemerintah. Pemilu serentak akan mempengaruhi komitmen penguatan partai politik dalam koalisi permanen untuk memperkuat basis kekuatan mereka di lembaga-lembaga negara yang tinggi sehingga dengan pemilu serentak diharapkan bisa memfasilitasi pembenahan sistem presidensial di Indonesia.

Berbeda halnya dengan pemilu 2014 silam yang dilakukan pemilihan terpisah antara legislatif dan eksekutif. Pada tahun 2014, pilihan legislatif (pileg) digelar lebih dahulu pada 9 April 2014 untuk menentukan apakah para peserta pemilu bisa lolos ke parlemen atau tidak. Selain itu juga untuk menentukan berapa persen suara yang didapatkan masing-masing partai. Hasil pileg itu, menjadi landasan untuk menentukan komposisi koalisi partai dalam mengusung calon

presiden dan calon wakil presiden pada pilpres yang digelar tiga bulan setelahnya, pada 9 Juli 2014.¹

Pemilu serentak dapat mempengaruhi keberadaan popularitas calon presiden terhadap calon legislatif (caleg), sistem pemilu serentak dirancang untuk menciptakan sistem presidensial yang solid, dimana presiden terpilih akan memiliki dukungan mayoritas parlemen. Upaya para caleg untuk memikat pemilih dengan upaya partai untuk meloloskan diri dari ambang batas parlemen yang baru berdasarkan Undang-undang nomor 7 tahun 2017 tentang Pemilu yaitu sebesar empat persen. Secara praktik, tugas partai untuk membantu calegnya memenangkan kompetisi akan terbagi dengan tugas memenangkan pasangan calon (paslon) presiden dan calon wakil presiden yang diusung.

Perolehan suara PKS melejit pada Pileg 2019. Kali ini, dilevel DPR-RI PKS mendapatkan 11.493.663 atau 8,62 persen suara. Berbanding jauh pada perolehan suara partai ini di tahun 2014 lalu sekitar 6,79 persen atau 8.480.204 suara. Dilevel DPRA PKS mendapatkan 6 kursi, naik suara hingga 50% berbeda halnya di tahun 2014 hanya mendapatkan 4 kursi. Sedangkan dilevel DPRK Banda Aceh PKS memperoleh suara sebanyak 18.148 suara dan mendapat 5 kursi. Pada tahun 2014 PKS di DPRK Banda Aceh hanya memperoleh 8.000 suara. Oleh karena itu menarik untuk melihat Pemilu 2019 dikota Banda Aceh, dalam hal ini perolehan kursi partai oposisi pendukung calon presiden, yaitu PKS.

¹<https://kumparan.com/@kumparannews/memahami-lagi-alasan-pilpres-dan-pileg-digelar-serentak-tahun-2019> (diakses pada tanggal 12 juni 2019, 23.24)

Partai Keadilan Sejahtera (PKS) sebelumnya bernama Partai Keadilan (PK), merupakan sebuah partai politik berbasis Islam yang memiliki parlemen di Indonesia. Partai ini berdiri pada tanggal 20 Juli 1998 yang berawal dari gerakan aktivitas dakwah Islam sejak 1980-an. PKS lahir atas dasar bentukan dari Forum Silaturahmi Lembaga Dakwah Kampus (FSLDK) yang pada saat itu mengadakan pertemuan setiap tahunnya, kemudian KAMMI mendeklarasikan untuk membentuk PKS. Dengan ketua pertamanya Nurmahmudi Ismail, dan sekarang PKS diketuai oleh Mohammad Sohiful Iman.

Di tingkat DPRK Banda Aceh PKS berhasil memperoleh sebanyak 18.148 suara dari lima Daerah Pemilihan (Dapil) di Banda Aceh dan mendapat 5 kursi dari setiap dapil. Dapil 1 Kecamatan Baiturrahman-Lueng Bata dengan perolehan suara sebanyak 4.318 oleh calegnya bernama Devi Yunanda mendapat 1 kursi, Dapil 2 Kecamatan Kuta Alam PKS mendapatkan suara total 2.537 dan suara terbanyak atas nama Farid Nyak Umar mendapat 1 kursi, di Dapil 3 Kecamatan Syiah Kuala-Ulee Kareng meraih 3.960 dan suara terbanyak oleh Tuanku Muhammad mendapat 1 kursi. Selanjutnya di Dapil 4 Kecamatan Banda Raya-Jaya Baru mendapatkan suara 5.984 dan mendapatkan dua kursi atas nama Tati Meutia Asmara dan Irwansyah, sementara di Dapil 5 Kecamatan Kutaraja-Meuraksa mendapatkan 1.349 suara namun kehilangan kursi meski adanya kenaikan suara.

Tabel 1.1

Tabel Hasil Rekapitulasi Suara Pada Pemilu Legislatif DPRK Banda Aceh

adalah sebagai berikut :

No	Legislatif Terpilih	Jumlah Kursi	Dapil	Suara
1	Devi Yunanda	1	Dapil 1 Kecamatan Baiturrahman-Lueng Bata	4.318
2	Farid Nyak Umar	1	Dapil 2 Kecamatan Kuta Alam	2.537
3	Tuanku Muhammad	1	Dapil 3 Kecamatan Syiah Kuala-Ulee Kareng	3.960
4	- Tati Meutia Asmara - Irwansyah	2	Dapil 4 Kecamatan Banda Raya-Jaya Baru	5.984
5	-	0	Dapil 5 Kecamatan Kutaraja-Meuraksa	1.349

Sumber: Hasil Olahan dari berbagai sumber

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa PKS memperoleh kenaikan suara pada Pemilu 2019 di level DPRK kota Banda Aceh hingga 18.148 suara dari lima Daerah Pemilihan (Dapil) di Banda Aceh serta mendapat 5 kursi dari setiap dapil. Hal ini berdampak dari buah manis ketegasan PKS dalam menjadi partai pengusung pada Pemilu 2019.

Dukungan PKS kepada calon presiden Prabowo memberikan dampak kepada PKS sehingga membuat PKS mendapat Efek Ekor Jas (*Coat Tail Effect*). Efek ekor jas ini bisa didefinisikan sebagai efek kepada sebuah partai politik karena mendukung calon presiden tertentu, PKS dalam hal ini mendukung Prabowo menghasilkan efek kibasan jas Prabowo.² Seluruh kader PKS diwajibkan untuk menggunakan sosok dan citra calon presiden nomor urut 2 dalam materi muatan kampanyenya. Seperti menyatakan langsung di spanduk kampanye dengan menggunakan *tagline* “Adil Makmur Bersama Prabowo-Sandi”.³

Maka dari data di atas, argumentasi awal penulis bahwa ada hubungan popularitas calon presiden dan wakil presiden terhadap meningkatnya suara caleg PKS pada Pileg 2019 di Dewan Perwakilan Rakyat Kab/Kota (DPRK) kota Banda Aceh. Maka dari itu penulis ingin meneliti tentang **Branding Politik Calon Presiden terhadap meningkatnya suara PKS di DPRK Kota Banda Aceh pada Pemilu 2019.**

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kampanye dan *branding* politik calon presiden yang digunakan oleh caleg sebagai strategi kemenangan PKS pada Pemilu 2019 di Kota Banda Aceh ?
2. Bagaimana hubungan popularitas calon presiden terhadap peningkatan perolehan kursi legislatif PKS di Kota Banda Aceh ?

² <https://lokadata.id/artikel/pks-sejahtera-berkat-titipan-suara> (diakses pada tanggal 25 januari 2020, 08.47)

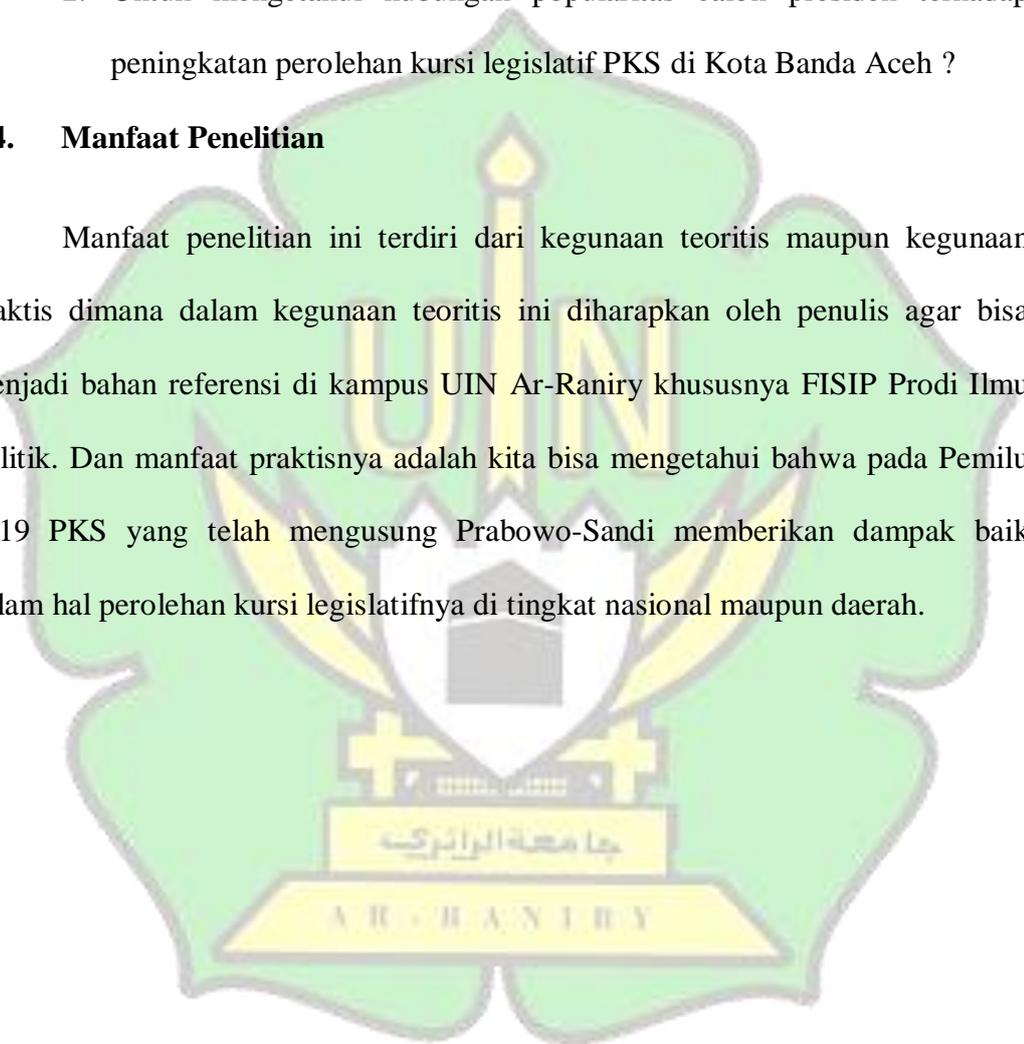
³ https://m.cnnindonesia.com/berita_politik_nasional/buah-manis-ketegasan-pks-jadi-oposisi (diakses 05 Maret 2020, 12.01)

1.3. Tujuan Penulisan

1. Untuk mengetahui kampanye dan *branding* politik calon presiden yang digunakan oleh caleg sebagai strategi kemenangan PKS pada Pemilu 2019 di Kota Banda Aceh ?
2. Untuk mengetahui hubungan popularitas calon presiden terhadap peningkatan perolehan kursi legislatif PKS di Kota Banda Aceh ?

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini terdiri dari kegunaan teoritis maupun kegunaan praktis dimana dalam kegunaan teoritis ini diharapkan oleh penulis agar bisa menjadi bahan referensi di kampus UIN Ar-Raniry khususnya FISIP Prodi Ilmu Politik. Dan manfaat praktisnya adalah kita bisa mengetahui bahwa pada Pemilu 2019 PKS yang telah mengusung Prabowo-Sandi memberikan dampak baik dalam hal perolehan kursi legislatifnya di tingkat nasional maupun daerah.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

Teori adalah serangkaian asumsi, konsep, definisi dan proposisi untuk menerangkan suatu fenomena sosial secara sistematis dengan cara merumuskan hubungan antara konsep.⁴ Maka dalam hal ini teori harus menjadi bagian yang penting untuk menganalisis mengenai branding politik calon presiden terhadap meningkatnya suara PKS di DPRK kota Banda Aceh pada Pemilu 2019.

Dalam bukunya Hannah Arendt yang berjudul "*The Human Condition*" yang telah diterjemahkan. Ilmu politik atau ekonomi nasional dan ekonomi sosial yang semuanya menunjukkan semacam "pekerjaan rumah tangga kolektif", kolektif keluarga yang dikelola secara ekonomi dari satu keluarga manusia super adalah apa yang kita sebut "masyarakat", dan bentuk organisasi politiknya disebut "bangsa". Oleh karena itu sulit untuk menyadari bahwa menurut jaman dahulu memikirkan masalah ini, istilah "ekonomi politik" akan menjadi kontradiksi dalam istilah apa saja yang "ekonomis", terkait dengan kehidupan individu dan kelangsungan hidup spesies.⁵ Artinya secara fakta terjadinya pergeseran politik ke ekonomi sehingga politisi mulai memakai *brand* yang dulunya *brand* ini hanya diperuntukkan untuk ekonomi saja, namun sekarang *brand* justru dipakai oleh politisi untuk memikat hati masyarakat dengan istilahnya seperti berdagang. Hal

⁴ Muslan Mufti, 2014, *Teori-Teori politik*. Bandung:Pustaka Setia, hal 120

⁵ Hannah Arendt, 1998, *The Human Condition 2nd* Introduction by Margaret Canovan, *University of Chicago Press*, hal 28-29 (Diterjemahkan pada tanggal 1 Agustus 2020, 18:58)

ini terjadi karena kondisi manusia yang ingin mengubah kondisi *brand* menjadi suatu bentuk yang mudah diterima oleh publik baik itu digunakan oleh pihak ekonomi maupun dari segi politiknya. Adapun pendekatan teori yang dipakai untuk menganalisis masalah ini yaitu :

2.1.1. Strategi Branding Politik dalam Pemilu

Brand dalam konteks politik berkaitan dengan bagaimana pilihan masyarakat terhadap partai politik dilihat dari identitas partai politik yang sesuai dengan nilai-nilai dalam diri masyarakat. *Brand* dalam partai politik adalah nama, logo, bendera, serta warna. Dengan menggunakan strategi *branding*, perilaku konsumen ataupun pemilih pada saat akan membeli sebuah produk/partai politik/politisi tidak lagi harus melalui proses panjang yang membutuhkan waktu tetapi langsung melompat ke pilihan-pilihan tertentu.⁶

Contohnya misalkan ketika kita melihat lambang PKS maka akan muncul sebuah keunggulan PKS dalam benak masyarakat, artinya melalui strategi branding politik dalam pemilu masyarakat tidak lagi harus mentrack satu persatu partai dengan keunggulannya namun keunggulan partai akan bisa langsung dirasakan oleh masyarakat kearah mana partai tersebut condong dan memunculkan identitas tersendiri dari masing-masing partai, hal ini yang memudahkan masyarakat untuk mengingat sebuah partai.

⁶ Silih Agung Wasesa. 2011. *Political Branding & Public Relations*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, Hal 7-8

Dalam menciptakan *branding politic* diperlukan beberapa strategi sehingga dapat sampai atau tersalurkan ke masyarakat dengan efektif. Ada lima pilihan menentukan strategi *branding politic* menurut Freddy Rangkuti antara lain :

- a. *Line Extension* (Perluasan Lini), yaitu strategi untuk memperkenalkan program tambahan yang berbeda dengan program sebelumnya yang bertujuan untuk mengalahkan program *brand* politik lainnya.
- b. *Brand Extension* (Perluasan Merek), yaitu strategi dengan merek yang sama untuk menargetkan audien baru dengan keuntungan yang lebih cepat diterima karena sudah dikenal sebelumnya.
- c. *Multibrand*, yaitu strategi untuk mencapai lebih banyak titik fokus distribusi suara sekaligus guna melindungi citra partai politik melalui pembentukan program politik tambahan. Dengan tujuannya agar dapat membentuk kesan serta daya tarik masyarakat dengan banyak kriteria pilihan.
- d. *Co-brand* (Program Bersama), yaitu merupakan strategi alternatif yang dapat berupa aliansi politik, sehingga mampu menguatkan serta menanamkan *brand* politik dalam benak masyarakat.
- e. Program baru, yaitu diperuntukkan bagi yang tidak memiliki program untuk target audiennya.⁷

⁷ Freddy Rangkuti. 2002. *The Power Brands*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, hal 127

2.1.2. *Branding* Politik dan Relasi Publik

Branding adalah suatu aktivitas yang dilakukan untuk membangun persepsi atau kepercayaan orang lain. *Branding* juga merupakan kebutuhan bagi semua orang yang memiliki kepentingan untuk mendapatkan sesuatu dari orang lain melalui proses komunikasi.⁸

Dalam tahap dasar *branding* politik dibentuk dari pengertian masyarakat secara subjektif terhadap politisi. Tidak hanya elemen personal kandidat akan tetapi juga elemen kandidat yang berupa penampilan yang memberi dampak jelas terhadap citra kandidat. Dengan komunikasi yang lebih interaktif, *branding* bisa memiliki potensi untuk membangun hubungan dengan masyarakat yang sebelumnya tidak memiliki daya tarik terhadap politik.⁹

Proses yang harus dilakukan terlebih dahulu sebelum tahapan *branding* yang lain dalam *branding* politik adalah dengan memberikan pemahaman terhadap citra, karakter, kinerja, *track record* serta tujuan besar dari lembaga ataupun personal dalam politik.¹⁰ Dalam konteks politik, bagaimana masyarakat memilih partai politik sebagai sebuah identitas yang sesuai dengan nilai-nilai yang ada dalam dirinya. Secara sederhana, Brand bisa disebut sebagai sebuah kumpulan ekuitas sebuah produk.

⁸ Haroen, Dewi, 2014, *Personal Branding Kunci Kesuksesan di Dunia Politik*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, hal 1

⁹ Lidya Joyce Sandra, 2013, *Political Branding Jokowi Selama Masa Kampanye Pemilu Gubernur DKI Jakarta 2012 Di Media Sosial Twitter*, Jurnal E-Komunikasi, Volume 1 Nomor 2, hal 279-280

¹⁰ Muhammad Irawan Saputra, 2012, *Political Branding*, Available:<http://muhammadirawan.saputra.wordpress.com/tag/political-branding/> (diakses 04 maret 2020, 08.56)

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa *political branding* adalah suatu upaya untuk menciptakan atau membangun citra politik yang baik atau cara strategis untuk membangun citra politik konstituen terhadap suatu produk politik (kandidat politik, partai politik, kebijakan politik, dan lain-lain). *Political branding* dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain seperti menggunakan pamflet, spanduk, baliho, poster, menggunakan iklan melalui berbagai media salah satunya televisi.

Sedangkan Relasi Publik adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih perhatian serta dukungan publik.¹¹ Relasi publik bisa menjadi alternatif sebagai strategi komunikasi politik karena keunggulannya adalah menciptakan orang ketiga, *brand ambassador*, *unofficial spoke persons* yang mampu mewakili organisasi politik membicarakan nilai-nilai politik yang akan disampaikan. Relasi publik membangunnya berdasarkan pada *initiative mutual understanding*, ketika relasi publik terlebih dahulu membangun kesepahaman dan meyakinkan seseorang bahwa kita berada dalam kepentingan yang sama.¹²

¹¹ M Scot Cutilp, Center H Allen dan Broom M Glen, 2009, *Effective public Relations edisi kesembilan*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, Hal 5

¹² Silih Agung Wasesa. 2011. *Political Branding & Public Relations*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, Hal 22-23

2.1.3 Partai *Catch-all*

Partai *Catch-all* merupakan gabungan dari partai kader dan partai massa. Istilah *Catch-all* pertama kali dikemukakan oleh Otto Kirchheimer ilmuwan politik asal Jerman, untuk memberikan tipologi pada kecenderungan perubahan karakteristik pada partai-partai politik di Eropa Barat pada saat masa pasca perang dunia kedua. *Catch-all* dapat diartikan sebagai penampung kelompok-kelompok sosial sebanyak mungkin untuk dijadikan anggotanya. Tujuan utama partai ini adalah memenangkan pemilihan dengan cara menawarkan program-program dan keuntungan bagi anggotanya sebagai ganti ideologi yang kaku. Dengan demikian, aktivitas partai ini erat berkaitan dengan kelompok kepentingan serta kelompok penekan. Kegunaan partai *catch-all* tidak lebih dari meraih suara sebanyak-banyaknya serta memenangkan pemilu hal ini disebabkan oleh orientasi partai yang berlebihan terhadap kemenangan pemilu.¹³

2.2. Pembahasan Penelitian Yang Relevan

Penelitian Muh. Yunus terkait Keterlibatan para elit politik sangat mempengaruhi untuk meningkatkan elektabilitas kepada sebuah partai pada pemilu legislatif Kota Makassar 2014-2019. Dengan judul skripsi “Pengaruh Elit Politik Terhadap Elektabilitas Calon Anggota Legislatif Partai Demokrat Dapil 2 pada Pemilu 2014 di Kota Makassar”.¹⁴

¹³ Gunther dan Diamond, 2003, *Species of Political Party: A New Tipologies, Party Politics*, Volume 9 Nomor 2, hal 185

¹⁴ Muh. Yunus, 2015, *Pengaruh Politik terhadap Elektabilitas Calon anggota legislatif Partai Demokrat Dapil 2 pada Pemilu 2014 di Kota Makassar*, Skripsi

Penelitian Rika Rubyanti terkait popularitas yang mempengaruhi pilihan pemilih pemula terhadap fenomena masuknya artis dalam politik. Dengan judul skripsi “Pengaruh popularitas terhadap pilihan pemilih pemula (Fenomena masuknya artis dalam politik)”. Dengan hasil penelitian yang dilakukan bahwa popularitas memang dapat mempengaruhi pilihan dari pemilih pemula, dengan nilai yang positif maka semakin tinggi popularitas suatu objek maka kecenderungan pemilih pemula untuk memilihnya akan semakin tinggi pula, penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif.¹⁵

Penelitian Muhammad Ferdiansyah Zidni terkait pemilih rasional mempertimbangkan pertimbangan logis (*track record* dan prestasi) dan ideologi yang menyebabkan kemenangan Jokowi dan Ahok. Dengan judul skripsi “Perilaku pemilih (Dinamika pilihan rasional dalam kemenangan Jokowi-Basuki pada pemilihan umum Gubernur DKI Jakarta 2012)”. Artinya, pendidikan politik dan kecerdasan pemilih untuk menakar seorang figur sudah tidak lagi semata-mata karena basis dukungan logistik yang kuat, namun lebih pada aspek-aspek yang substantif seperti integritas dan keterujian melalui *track record*, penelitian ini menggunakan metode kualitatif.¹⁶

Penelitian Wawan Sobari terkait hasil penelitian lembaga riset tidak mempengaruhi pilihan pemilih pada pemilu 2014. Dengan judul penelitian

¹⁵ Rika Rubyanti, 2009, *Pengaruh Popularitas terhadap pilihan pemilih pemula (Fenomena masuknya artis dalam politik)*, Skripsi

¹⁶ Muhammad Ferdiansyah Zidni, 2014, *Perilaku pemilih (Dinamika pilihan rasional) dalam kemenangan Jokowi-Basuki pada pemilihan umum Gubernur DKI Jakarta 2012*, Skripsi

“Elektabilitas dan mitos pemilih rasional: debat hasil-hasil riset opini menjelang pemilu 2014”.¹⁷

Penelitian Fahmi Azhary Siregar terkait performa komunikatif PKS pada Pemilu legislatif 2019 dalam performa ritual, setiap pengambilan keputusan partai bersifat kolektif. Penelitian ini menggunakan kualitatif dengan studi kepustakaan, dokumentasi, wawancara. Riset ini menggunakan pendekatan paradigma kritis Norman Fairclough, objek studi riset ini pengurus DPP PKS dan Aleg PKS DPR RI. Dengan judul skripsi “Manajemen Citra PKS di Pemilu 2019”.¹⁸

Hal ini berbeda dengan pengamatan dan argumentasi saya dimana popularitas calon Presiden sangat mempengaruhi peluang keterpilihan caleg pada Pemilu 2019.

¹⁷ Wawan Sobari, 2014, *Elektabilitas dan Mitos Pemilih Rasional : debat hasil-hasil riset opini menjelang pemilu 2014*, Jurnal Penelitian Politik, Volume 10, Nomor 1 Juni

¹⁸ Fahmi Azhari Siregar, 2020, *Manajemen Citra PKS di Pemilu 2019*, Tesis

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif karena data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berhubungan dengan ide, persepsi, pendapat, kepercayaan orang yang akan diteliti dan kesemuanya yang tidak dapat diukur dengan angka. pendekatan kualitatif suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia.¹⁹

3.2. Fokus Penelitian

Adapun yang menjadi fokus pada penelitian ini yaitu: Branding Politik calon presiden terhadap meningkatnya Suara PKS di DPRK kota Banda Aceh.

3.3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian akan dilakukan pada daerah pemilihan empat (4) kota Banda Aceh yang terdiri dari kecamatan Banda Raya dan Jaya Baru. Pemilihan lokasi tersebut didasari oleh hasil perolehan suara terbanyak PKS.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Data yang akan diperoleh dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dengan cara meneliti

¹⁹ Hamid Darmadi, *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*, Bandung: Alfabeta, 2013, hal 286.

langsung ke lapangan atau hasil wawancara langsung dengan pihak yang terlibat dalam pelaksanaan. Sedangkan data sekunder merupakan data yang bersumber dari buku-buku, jurnal, skripsi, perundang-undangan, surat kabar dan sumber-sumber lain yang berkaitan dengan penelitian peneliti.

3.5 Informan Penelitian

Informan penelitian saya terdiri dari Ketua umum, Anggota Dewan Terpilih, Pengamat Politik, Akademisi, Timses Partai, Masyarakat kecamatan Banda Raya dan Jaya Baru.

Tabel 3.1
Informan Penelitian

No	Nama Informan	Unsur	Jumlah
1.	Iwan Sulaiman	Ketua Umum DPD PKS Banda Aceh	1
2.	- Irwansyah S.T - Tati Meutia Asmara	- Sekretaris DPD PKS/Anggota Dewan Terpilih dapil IV - Anggota Dewan Terpilih Dapil IV	2
3.	- Ardi - Faisal	- Manager Dapil IV	2

		- Pengurus DPC	
4.	Dr. Effendi Hasan M.A	Pengamat Politik	1
5.	Ramzi Murziqin S.H.I., M.A	Akademisi	1
6.	Masyarakat	Pedagang	9

Informan ini terdiri dari lima orang perwakilan PKS, satu orang pengamat Politik, satu orang perwakilan Akademisi, dan sembilan orang perwakilan masyarakat dari Dapil IV.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui beberapa metode pengumpulan data, antara lain :

3.6.1 Wawancara

Wawancara dilakukan secara mendalam untuk mendapatkan informasi dan petunjuk tertentu dalam rangka memperoleh hasil penelitian yang relevan dengan tema penelitian. Jenis wawancara yang digunakan dalam wawancara ini adalah wawancara tak terstruktur atau sering juga disebut wawancara mendalam, wawancara intensif, wawancara kualitatif dan wawancara terbuka (*openeded interview*).²⁰

²⁰ Deddy Mulyana, 2004, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya), hlm. 180.

3.6.2 Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan bahan-bahan dalam bentuk dokumen yang relevan dengan tema penelitian. Misalnya dengan melakukan penelusuran dan penelaahan bahan-bahan pustaka berupa buku-buku, kebudayaan, laporan, notulen rapat, media sosial, surat kabar online dan dokumen lainnya yang relevan dengan tema penelitian.²¹

3.7 Teknik pemeriksaan dan keabsahan data

Untuk menilai apakah data-data yang diperoleh itu sudah valid maka perlu digunakan teknik triangulasi dalam proses pemeriksaan keabsahan data pada penelitian ini.



²¹ Irawan Soehartono, 2004, *Metode Penelitian Sosial Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Bandung: Remaja Rosdakarya), hlm. 71.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Strategi PKS pada Pemilu 2019 di Kota Banda Aceh : Kampanye dan Branding Politik Calon Presiden

4.1.1 Profil Partai Keadilan Sejahtera

Cikal bakal Partai Keadilan (PK) berasal dari dakwah mahasiswa/i dikampus-kampus di Indonesia maupun luar negeri, perjalanan dakwah ini dikenal dengan gerakan *Tarbiyah* atau gerakan Dakwah merupakan sebuah gerakan agama Islam yang berbasis di Indonesia sebagai penggiat utamanya terdiri dari para mahasiswa/i dengan tujuan pendidikan agama dan dakwah, gerakan ini mulai marak sejak tahun 1990-an.²² Gerakan Tarbiyah ini tergabung didalamnya anak-anak muda yang ingin indonesia ke arah yang lebih baik atau ingin perubahan.

Partai ini berdiri sejak 20 juli tahun 1998, pada awalnya partai ini bernama partai keadilan (disingkat dengan PK), dan presiden (ketua) pertama Dr. Nurmahmudi Ismail kemudian Dr. Nurmahmudi Ismail mengundurkan diri pada tahun 2000 yang kemudian digantikan oleh Dr. Hidayat Nur Wahid dan terpilih pada 21 Mei 2000.

UU pemilu Nomor 03 tahun 1999 tentang Pemilihan umum yang mengatur tentang *Electoral threshold* pasal 39 ayat 3 menyebutkan bahwa untuk dapat mengikuti pemilihan umum berikutnya, partai politik harus memiliki sebanyak 2%

²² Djony Edward, 2006, *Efek Bola Salju Partai Keadilan Sejahtera*, Bandung: PT. Syaamil Cipta media, Cet Pertama, Hal xiii

dari jumlah kursi DPR atau sekurang-kurangnya 3% jumlah kursi DPRD I dan DPRD II.²³ Pada tahun 1999 karena tidak mencapai target ambang batas parlemen yang seharusnya mendapat 2% sehingga partai keadilan pada saat itu hanya mencapai satu, sekian persen dan terjadi perubahan nama dari partai keadilan menjadi partai keadilan sejahtera. Pada awalnya pengurus dari partai PKS ini rata-rata berumur dibawah 40 tahun walau demikian banyak diantara mereka bergelar Doktor, S2, dan sebagainya orang-orang ini berasal dari jurusan barat dan timur tengah.²⁴

Adapun Visi dan Misi PKS adalah sebagai berikut :

- **Visi**

Partai Keadilan Sejahtera (PKS), memiliki visi dan arah perjuangan partai, adapun yang menjadi visi PKS yaitu: Terwujudnya masyarakat madani yang adil, sejahtera dan bermartabat. Visi ini menjadi landasan perjuangan setiap kader partai, pada saat berada pada posisi eksekutif dan legislatif.

Masyarakat Madani adalah masyarakat berperadaban tinggi dan maju yang berhasil pada: nilai-nilai, norma, hukum, moral yang ditopang oleh keimanan; menghormati pluralitas; bersikap terbuka dan demokratis; dan bergotong-royong menjaga kedaulatan negara. Pengertian dari masyarakat madani itu perlu dipadukan dengan konteks masyarakat Indonesia di masa kini yang

²³ <http://pks.id/content/sejarah-ringkas> (diakses pada 01 Jul. 20, 23:48)

²⁴ Hasil wawancara dengan Iwan Sulaiman Ketua DPD PKS Banda Aceh (08 Juni 2020, 19:20)

merealisasikan *Ukhuwwah Islamiyah* (ikatan keislaman), *Ukhuwwah Wathaniyyah* (ikatan kebangsaan) dan *Ukhuwwah Basyariyyah* (ikatan kemanusiaan) dalam bingkai NKRI. Perjuangan untuk mewujudkan masyarakat madani baik secara struktural maupun kultural, sebagai bagian dari dakwah dalam maknanya yang historik, positif dan obyektif bagi umat Islam dalam bingkai NKRI adalah bagian dari upaya merealisasikan tujuan didirikannya PK Sejahtera sebagaimana dicantumkan dalam anggaran dasar PK Sejahtera.

Adil adalah kondisi dimana entitas dan kualitas kehidupan baik pembangunan politik, ekonomi, hukum, dan sosial-budaya ditempatkan secara proporsional dalam ukuran yang pas dan seimbang, tidak melewati batas. Itulah sikap moderat, suatu keseimbangan yang terhindar dari jebakan dua kutub ekstrem mengurangi dan melebihi (*ifrath* dan *tafrith*).

Sejahtera secara standar berarti aman dan makmur. Aman adalah situasi kemanusiaan yang terbebas dari rasa takut, secara psikis sejahtera, sedangkan makmur adalah situasi kemanusiaan yang terbebas dari rasa lapar, secara fisik sejahtera. Sejahtera mengarahkan pembangunan pada pemenuhan kebutuhan lahir dan batin, agar manusia dapat memfungsikan dirinya sebagai hamba dan khalifah Allah.

Bermartabat menuntut bangsa Indonesia menempatkan dirinya sejajar dengan bangsa-bangsa lain di Dunia. Bangsa bermartabat adalah bangsa yang mampu menampilkan dirinya, baik dalam aspek sosial, politik, ekonomi, maupun budaya secara elegan sehingga memunculkan penghormatan dan kekaguman dari

bangsa lain. Martabat muncul dari akhlak dan budi pekerti yang baik, mentalitas, etos kerja dan akhirnya bermuara pada produktivitas dan kreativitas. Kreativitas bangsa yang tinggi dapat mewujudkan dalam karya-karya adiluhung dalam berbagai bidang yang tak ternilai. Dari sana muncul rasa bangga pada diri sendiri dan penghormatan dari bangsa lain. Martabat memunculkan rasa percaya diri yang memungkinkan kita berdiri sama tegak, dan tidak didikte oleh bangsa lain.

- **Misi**

Untuk mewujudkan visi maka PKS menyusun misi sebagai pedoman kader dalam berjuang, adapun misinya yaitu:

1. Memperlopori reformasi sistem politik, pemerintahan dan birokrasi, peradilan, dan militer untuk berkomitmen terhadap penguatan demokrasi. Mendorong penyelenggaraan sistem ketatanegaraan yang sesuai dengan fungsi dan wewenang setiap lembaga agar terjadi proses saling mengawasi. Menumbuhkan kepemimpinan yang kuat, yang mempunyai kemampuan membangun solidaritas masyarakat untuk berpartisipasi dalam seluruh dinamika kehidupan berbangsa dan bernegara, yang memiliki keunggulan moral, kepribadian, dan intelektualitas. Melanjutkan reformasi birokrasi dan lembaga peradilan dengan memperbaiki sistem rekrutmen dan pemberian sanksi penghargaan, serta penataan jumlah pegawai negeri dan memfokuskannya pada posisi fungsional, untuk membangun birokrasi yang bersih, kredibel, dan efisien. Penegakan hukum yang diawali dengan membersihkan aparat penegaknya dari perilaku bermasalah dan koruptif.

Mewujudkan kemandirian dan pemberdayaan industry pertahanan nasional. Mengembangkan otonomi daerah yang terkendali serta berorientasi pada semangat keadilan dan proporsionalitas melalui musyawarah dalam lembaga-lembaga kenegaraan di tingkat pusat, provinsi dan daerah. Menegaskan kembali sikap bebas dan aktif dalam mengupayakan stabilitas kawasan dan perdamaian dunia berdasarkan prinsip kesetaraan, saling menghormati, saling menguntungkan, dan penghormatan terhadap martabat kemanusiaan. Menggalang solidaritas dunia demi mendukung bangsa-bangsa yang tertindas dalam merebut kemerdekaannya.

2. Mengentaskan kemiskinan, mengurangi pengangguran, dan meningkatkan kesejahteraan seluruh rakyat melalui strategi pemerataan pendapatan, pertumbuhan bernilai tambah tinggi, dan pembangunan berkelanjutan, yang dilaksanakan melalui langkah-langkah utama berupa pelipat gandaan produktifitas sektor pertanian, kehutanan, dan kelautan; peningkatan daya saing industri nasional dengan pendalaman struktur dan upgrading kemampuan teknologi; dan pembangunan sektor-sektor yang menjadi sumber pertumbuhan baru berbasis *resources* dan *knowledge*. Semua itu dilaksanakan di atas landasan (filosofi) ekonomi egaliter yang akan menjamin kesetaraan atau valuasi yang sederajat antara (pemilik) modal dan (pelaku) usaha, dan menjamin pembatasan tindakan spekulasi, monopoli, dan segala bentuk kriminalitas ekonomi yang dilakukan oleh

penguasa modal dan sumber-sumber ekonomi lain untuk menjamin terciptanya kesetaraan bagi seluruh pelaku usaha.

3. Menuju pendidikan yang berkeadilan dengan memberikan kesempatan yang seluas-luasnya bagi seluruh rakyat Indonesia. Membangun sistem pendidikan nasional yang terpadu, komprehensif dan bermutu untuk menumbuhkan SDM yang berdaya saing tinggi serta guru yang professional dan sejahtera. Menuju sehat paripurna untuk semua kelompok warga, dengan visi sehat badan, mental spiritual, dan sosial sehingga dapat beribadah kepada Allah SWT untuk membangun bangsa dan negara; dengan cara mengoptimalkan anggaran kesehatan dan seluruh potensi untuk mendukung pelayanan kesehatan berkualitas. Mengembangkan seni dan budaya yang bersifat etis dan religius sebagai faktor penentu dalam membentuk karakter bangsa yang tangguh, disiplin kuat, etos kerja kokoh, serta daya inovasi dan kreativitas tinggi. Terciptanya masyarakat sejahtera, melalui pemberdayaan masyarakat yang dapat mewadahi dan membantu proses pembangunan berkelanjutan.²⁵

Visi PKS sendiri yang menjelaskan bahwa perjuangan kader partai tidak hanya di luar pemerintahan namun juga pada saat menjabat sebagai wakil rakyat di parlemen. Kemudian Misi PKS menjadi pedoman bagi kader PKS dalam berjuang salah satunya menumbuhkan kepemimpinan yang kuat agar mempunyai kemampuan dalam membangun solidaritas serta menggalang solidaritas dunia untuk mendukung bangsa-bangsa yang tertindas.

²⁵ <http://pks.id/content/visi-dan-misi> (diakses pada 01 juli 2020, 23:50)

4.1.2 Konteks Wilayah dan Pemilih di Dapil IV Kota Banda Aceh

Dalam hal ini kategori wilayah dapil IV dengan mayoritas pendukung terbanyak kepada caleg PKS diantara dapil lain, masyarakat dapil IV sangat antusias dalam mendukung caleg PKS beserta capres cawapres nomor urut dua. Daerah pemilihan IV terdiri dari dua kecamatan yaitu Banda Raya dan Jaya Baru, ada sekitar 19 desa di dapil tersebut. Masyarakat yang sudah idealis berani secara terang-terangan dalam menentukan arah pilihan politiknya membuat caleg PKS lebih mudah dalam berkampanye, salah satu caleg dapil IV Irwansyah mengatakan bahwa perolehan suara yang cukup signifikan dirasakan olehnya pada pemilu 2014 hanya memperoleh sekitar 700 suara sedangkan pemilu 2019 berhasil merampung suara hingga 2300. Pemilih yang berada di dapil tersebut sudah sangat tahu bagaimana track record caleg yang mereka dukung, PKS yang berbasis Islam yang juga mengusung Prabowo-Sandi semakin membuat masyarakat bertambah yakin dalam hal menentukan pilihan politiknya.

Untuk kota Banda Aceh PKS tidak butuh energi besar dalam hal meyakinkan pilihan masyarakatnya. Umumnya masyarakat dapil IV adalah pedagang. Masyarakat dapil IV lebih terbuka dalam hal menentukan pilihan politiknya. Salah satunya desa Punge Blang Cut Kecamatan Jaya Baru karakteristik masyarakat pemilih, umumnya disana mengarah kepada Islami tingkat simpati terhadap agama lebih banyak dalam melakukan kegiatan-kegiatan keagamaan seperti majelis ta'lim ibu-ibu, safari subuh.²⁶ Hal ini yang kemudian memudahkan PKS dalam merangkul masyarakat dari segi menentukan pilihan

²⁶ Hasil Wawancara dengan Akademisi (Ramzi Murziqin) Pada Tanggal 11 Juni 2020

politiknya, adanya keselarasan antara pemilih dengan PKS yang basis partainya Islami. Kemudian masyarakat daerah Lhong Raya juga menyampaikan hal yang sama bahwa memilih caleg dari PKS itu karena partainya lebih Islami dan kerjanya nyata bukan hanya lima tahun sekali. Masyarakat yang mendukung caleg PKS ini dengan bangga mengatakan bahwa track record caleg yang mereka pilih sudah teruji dan itu sesuai dengan apa yang dijanjikan disaat masa kampanye.

4.1.3. Strategi kampanye PKS

Arena nyata perjuangan partai politik adalah pemilihan umum. Seluruh partai politik akan berjuang total dalam memperjuangkan setiap *brand* yang mereka putuskan agar dapat dipercaya oleh rakyat sebagai wakilnya di lembaga legislatif. Berbagai cara yang potensial akan dilakukan. Begitu halnya juga yang dilakukan oleh Partai Keadilan Sejahtera (PKS). PKS akan memanfaatkan dan menyesuaikan apa yang dipikirkan dan dipercayai oleh masyarakat.

Kegagalan sebuah partai politik dalam menyesuaikan diri dengan lingkungan yang berkembang merupakan penyebab utama matinya sebuah partai politik, hal ini tidak berlaku untuk PKS karena PKS sangat mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman dan selalu disesuaikan dengan apa yang menjadi pilihan masyarakat. Dengan demikian PKS selalu aktif dalam menjangkau aspirasi yang berkembang seperti memperjuangkan UU terhadap perlindungan ulama sehingga membuat daya tarik bagi masyarakat yang memang dasarnya bukan pendukung PKS calon pemilih ini dipengaruhi dengan jalan persuasi dengan dilakukannya penggunaan *branding* baik itu dari segi poster, baliho,

spanduk, maupun iklan di media sosial dan televisi kemudian hal tersebut melahirkan format baru dalam partai politik yang di kenal dengan *cath-all party*.²⁷ Istilah *cath-all party* merujuk kepada perubahan yang terjadi ditubuh sebuah partai politik yang kemudian membuat partai secara berlebihan terhadap kemenangan pemilu dan hal ini tidak lebih dari meraih suara sebanyak-banyaknya, memenangkan pemilu, dan memerintah. Kircheimer mengatakan bahwa dorongan mendasar bagi sebuah partai bertransformasi menjadi partai *cath-all* adalah orientasi partai yang berlebihan terhadap kemenangan pemilu.²⁸

Partai *cath-all* berusaha untuk meraih suara sebanyak-banyaknya, memenangkan pemilu dan gejala seperti ini terlihat ditubuh PKS. Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Iwan Sulaiman bahwa “secara real kami kemarin buat agak tinggi, kami menargetkan kursi kami minimal 8-9 kursi tapi itu cita-cita”.²⁹ Artinya memang PKS punya dorongan kuat untuk bisa meraih suara sebanyak-banyaknya di pemilu 2019, hal ini membuat PKS terdorong untuk bergerak ke tengah dan berusaha meraih suara dari segmen pemilih dari aliran politik lain dengan terlibat langsung ke dalam masyarakat.

Pemilu 2019 PKS mengusung isu-isu *universal* untuk bisa menarik pemilih dari aliran politik lain sehingga pemilih mendukung PKS, ibaratnya PKS menjadi seperti *hero* bagi masyarakat kota Banda Aceh. Ambulance PKS yang ditawarkan secara gratis untuk menolong masyarakat hal ini ternyata memiliki

²⁷ Asep Nurjaman, 2014, *Party Survival: Strategi Meraih Kursi Di Era Reformasi*, Jurnal Humanity, Volume 9 Nomor 2, Hal 15

²⁸ Gunther dan Diamond, 2003, *Species of Political Party: A New Tipologies, Party Politics*, Volume 9 Nomor 2, hal 185

²⁹ Hasil Wawancara dengan Iwan Sulaiman (Ketua DPD PKS Kota Banda Aceh) Pada Tanggal 08 Juni 2020

dampak tersendiri terhadap persepsi masyarakat untuk PKS kemudian PKS mendekati masyarakat dengan membangun hubungan emosionalnya terlebih dahulu ketika yang disentuh bagian emosional dari pemilih maka secara otomatis PKS telah mendapat kunci untuk memiliki hati masyarakat, PKS tidak perlu lagi untuk memberikan *money politic* ataupun serangan fajar karena PKS sudah memiliki kunci hati si pemilih. Hal ini senada dengan yang disampaikan oleh Ramzi Murziqin :

Strategi yang dilakukan oleh PKS itu hampir dibentuk bangunannya lewat kajian-kajian, dia membangunnya itu dari sisi emosional sehingga si pemilih ini melihat bahwa kehangatan itu ada lewat emosional tadi bukan mengenalkan partai di awal tapi dia membangun emosional dulu baru kemudian mengajak jadi itu lebih mengikat si pemilih maka disebut dengan pemilih solid tidak pemilih swing abu-abu, PKS sudah membangun rasa kekeluargaan bagaimana kemudian kalau keluarga itu tidak kita pilih kekeluargaan itu yang dibangun dari sisi emosional lewat kajian dibangun secara bersama-sama, solidaritas dia bangun. Karena salah satu partai yang benar-benar hidup kaderisasinya menurut saya PKS.³⁰

PKS mengajak pemilih dengan membangun hubungan emosional terlebih dahulu kemudian si pemilih menemukan kehangatan dan menganggap bahwa PKS itu seperti keluarga jadi tidak mungkin tidak memilih keluarga dihari pencoblosan, makanya PKS berhasil merubah dari pemilih abu-abu menjadi pemilih yang solid. Setiap ada bencana yang terjadi PKS selalu siaga dan menjadi garda terdepan yang hadir dalam membantu masyarakat hal ini dilakukan PKS untuk membentuk *long memory* dalam diri masyarakat bahwa PKS itu selalu hadir dan menjadi *hero* disaat terjadinya suatu bencana. Adapun beberapa strategi dan isu kampanye yang dilakukan oleh PKS, yaitu:

³⁰ Hasil Wawancara dengan Ramzi Murziqin (Akademisi) Pada Tanggal 11 Juni 2020

4.1.3.1. Meningkatkan jiwa Militansi kepada kader

Tidak bisa dipungkiri bahwa keberhasilan sebuah partai politik dalam memenangi pemilu tidak lepas dari kinerja kader dan para simpatisan sebagai garda terdepan dalam meraup suara dan juga menjadi medium sosialisasi kepada masyarakat yang lain. Salah satu perbedaan PKS dengan partai lain, yaitu kadernya memiliki jiwa militansi yang tinggi dan memiliki keikhlasan, hal tersebut sebagaimana dikemukakan oleh Iwan Sulaiman:

Kader kita memiliki sikap militansi dan keikhlasan, pada saat kita melakukan *flashmob* menjadi bukti nyata, kader yang diajak untuk melakukan *flashmob* di tiga titik yaitu, sp. Ulee Lhee, Blang Padang dan Sp. lima, mulai dari anggota dewan, aktivis yang merupakan simpatisan sampai caleg rela melakukan hal tersebut tanpa dibayar hanya disediakan makan minum. Seluruh kader PKS menganggap kerja-kerja yang mereka lakukan tersebut bagian dari amal sehingga mereka merasa inilah sumbangsih untuk perjuangan partai.³¹

Berdasarkan wawancara tersebut dapat kita pahami bahwa setiap kader PKS telah memiliki sikap militansi dan keikhlasan yang tinggi. Setiap yang mereka lakukan dianggap sebagai sumbangsih untuk perjuangan partai. Semua kader merasa senang dan tidak terbebani dengan hal tersebut.

Hal tersebut tentunya tidak lahir secara spontanitas namun ada proses penanaman nilai-nilai tersebut ke dalam diri kader. Rasa memiliki dan menganggap bahwa apa yang dilakukan oleh PKS merupakan bentuk perjuangan menjadi kuncinya. Semua kader PKS di didik untuk memberikan manfaat kepada siapapun, sebagaimana yang dikemukakan oleh Irwansyah :

³¹ Hasil Wawancara dengan Iwan Sulaiman (Ketua DPD PKS Kota Banda Aceh) Pada Tanggal 08 Juni 2020

Sejak awal kami telah didik dengan sistem pengkaderan partai bahwa kader PKS dimanapun posisinya, baik itu sebagai pejabat publik, kader biasa maupun ketika berada di pemerintahan harus selalu memberikan manfaat kepada masyarakat, ada perintah rasul yaitu “ Sebaik-baik kamu adalah yang paling banyak memberikan manfaat kepada orang lain ” dalam konteks ini kepada masyarakat” itulah menjadi kunci apabila semua kader PKS akan estera bekerja untuk memperjuangkan PKS menjadi pemenang pemilu tidak peduli dia sudah menjadi pejabat publik maupun kader biasa tidak ada bedannya diantara kami. Pada pelaksanaan *flashmob* kemarin kami memakai goni sebagai mediannya sedangkan partai-partai lain minimalnya spaduk, ini menjadi bukti bahwa seluruh kami sangat militan dalam berjuang/berkerja.³²

Berdasarkan wawancara tersebut dapat kita pahami bahwa setiap kader PKS diberikan pemahaman untuk berjuang secara bersama-sama atau bersifat kolektif sehingga pemahaman inilah yang membangkitkan semangat kader PKS untuk berjuang sehingga secara perlahan-lahan kader PKS memiliki jiwa militansi tinggi untuk memenangkan PKS dalam pemilihan umum tersebut.

Setiap kader PKS ditanamkan semangat *Fastabiqul Khairat* berlomba-lomba dalam jalan kebaikan dan juga perjuangan dalam dunia politik dianggap sebagai ladang jihad yaitu jihad siyasah sebagaimana yang dikemukakan oleh Irwansyah:

Setiap kader PKS ditanamkan semangat *fastabiqul khairat*, perjuangan dalam dunia politik merupakan bentuk jihad pada zaman sekarang yaitu jihad siyasah. Kader harus bekerja secara maksimal sehingga mereka rela mengorbankan semua sumber daya yang dimiliki baik itu, sumber daya harta, tenaga maupun waktu. pada saat berhasil terpilih maka kami menjadi wakil rakyat untuk memperjuangkan aspirasi masyarakat melalui pembuatan produk hukum, inilah yang kami maksud sebagai jihadnya. Setiap caleg PKS dilarang menjelek-jelekan satu sama lain, menfitnah dan menjatuhkan satu sama lain.³³

³² Hasil Wawancara dengan Irwansyah (Sekretaris DPD PKS/Legislatif terpilih) pada Tanggal 12 Juni 2020

³³ Hasil Wawancara dengan Irwansyah (Sekretaris DPD PKS/Legislatif terpilih) pada Tanggal 12 Juni 2020

Berdasarkan wawancara tersebut dapat kita pahami bahwa setiap kader PKS menganggap perjuangan dalam dunia perpolitik sebagai arena berjihah mereka, sehingga mereka rela mengorbankan sumber daya yang dimiliki, baik itu sumber daya harta, sumber daya tenaga maupun waktu. Setiap kader PKS akan totalitas dalam berjuang.

Caleg dari PKS terus melakukan pendekatan secara emosional dan membangun citra baik dengan masyarakat sehingga kendati masyarakat menerima serangan fajar tetap saja tidak meruntuhkan komitmen masyarakat untuk memilih caleg tersebut pada saat pelaksanaan pemilihan umum, sebagaimana yang dikemukakan oleh Irwansyah :

Saya membangun branding kepada masyarakat bahwa saya ada dimana maka sehingga kendatipun ada serangan fajar pada daerah pemilihan (dapil) saya di Lhong Raya tidak mengantikan komitmen masyarakat untuk memilih saya. Hal tersebut saya peroleh setelah membangun pendekatan emosional dengan masyarakat bahwa saya tidak memberikan hanya pada saat menjelang pelaksanaan pemilihan umum namun sudah saya lakukan pada saat dipercaya oleh masyarakat dengan memaksimal partisipasi dalam setiap event-event masyarakat terutama di basis saya, saya menjadi imam, mu'azin, kultum di mesjid serta berbuat untuk masyarakat, beri ke masyarakat, dan tebarkan manfaat kepada masyarakat.³⁴

Berdasarkan wawancara tersebut dapat kita pahami bahwa setiap caleg PKS yang terpilih dan memperoleh kepercayaan dari masyarakat maka akan memaksimalkan hal tersebut untuk berbuat secara rutin dan konsisten sehingga kendatipun ada serangan fajar pada dapil caleg PKS tersebut tidak akan

³⁴ Hasil Wawancara dengan Irwansyah (Sekretaris DPD PKS/Legislatif terpilih) pada Tanggal 12 Juni 2020

menghilangkan komitmen masyarakat untuk memilih caleg dari PKS sebagai wakilnya diparlemen.

Setiap Kader PKS melakukan pertemuan secara rutin baik itu di kantor maupun di rumah. Pertemuan yang dilakukan secara rutin dan konsisten secara perlahan-lahan telah menciptakan kader PKS yang memiliki daya juang tinggi, sebagaimana yang dikemukakan oleh Iwan Sulaiman:

Salah satu ciri khas PKS dengan partai lain yaitu PKS melakukan pertemuan secara rutin dan konsisten dengan seluruh kader dua minggu sekali maupun secara bulanan. Pertemuan tersebut dilakukan di kantor maupun di rumah berdasarkan kesepakatan bersama. Sedangkan partai lain kadernya hanya diberikan training dan sebagainya, setelah selesai training tidak ada pertemuan lagi. Barangkali itu salah satunya yang menyebabkan kader kita berjuang secara totalitas. Ke dekatan emosionalnya cukup tinggi di antara kami.³⁵

Berdasarkan wawancara tersebut dapat kita pahami bahwa PKS melakukan pendekatan secara emosional dengan setiap kader melalui pertemuan yang dilakukan secara rutin dan konsisten hal ini yang kemudian membentuk mindset kader PKS bahwa mereka seperti satu keluarga tetap solid dimana saja. Pertemuan yang dilakukan tersebut secara perlahan-lahan telah membentuk karakter kader PKS yang loyal dan memiliki nilai juang yang tinggi.

PKS memiliki keunikan tersendiri diantara partai-partai Islam yang lain, keunikan tersebut bukan terletak dari mereka yang memperoleh jumlah suara yang signifikan pada Pemilu 2019 akan tetapi keunikan tersebut terletak dari perpaduan antara kalangan muda, kaum terdidik serta cendekiawan muslim yang memiliki nilai jiwa juang yang tinggi sehingga membuat PKS tetap solid dimana saja.

³⁵ Hasil Wawancara dengan Iwan Sulaiman (Ketua DPD PKS Kota Banda Aceh) Pada Tanggal 08 Juni 2020

Sebelum melaksanakan pemilihan umum setiap partai politik harus mengusung capres-cawapres baik itu sebagai kadernya maupun mengusung yang lain hal ini kemudian disebut dengan *Co-Brand* atau Program bersama dengan tujuan agar menguatkan dan menanam *brand* politik dalam benak masyarakat. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Iwan Sulaiman :

Pada pelaksanaan pemilihan umum memang suatu keniscayaan partai politik harus mengusung capres-cawapres baik itu sebagai kader sendiri maupun harus mengusung yang lain yang penting yang diusung tersebut merupakan kandidat yang disepakati. Apalagi sekarang dilaksanakan pemilihan capres-cawapres secara serentak maka tentunya setiap partai politik dalam kampanye harus mengkampanyekan caleg dan capres-cawapres yang diusungnya, sebelum kita mengusung sepasang capres-cawapres kita berkomitmen dengan dia.³⁶

Berdasarkan wawancara tersebut dapat kita pahami bahwa setiap partai politik harus mengusung salah satu capres-cawapres sesuai dengan kesepakatan yang diputuskan oleh partai politik tersebut. Capres-cawapres yang diusung maka sudah barang tentu partai tersebut berkomitmen dan konsisten mendukung capres-cawapres tersebut karena program bersama ini sudah menjadi janji politik antara capres cawapres yang diusung oleh PKS.

Hal hampir senada juga disampaikan oleh Ramzi Murziqin bahwa kajian-kajian yang dilakukan oleh partai telah membangun rasa kekeluargaan diantara kader sehingga menciptakan solidaritas yang tinggi diantara mereka.³⁷ Hal ini yang mendasari bahwa kader PKS itu memiliki tingkat emosional yang tinggi, mereka membangunnya berdasarkan asas kekeluargaan.

³⁶ Hasil Wawancara dengan Iwan Sulaiman (Ketua DPD PKS Kota Banda Aceh) Pada Tanggal 08 Juni 2020

³⁷ Hasil Wawancara dengan Ramzi Murziqin (Akademisi) Pada Tanggal 11 Juni 2020

Apalagi di PKS memiliki pola pengkaderan yang terukur dan terkelola dengan rapi. Dimana setiap kader PKS harus melalui jenjang tersebut sebelum dipercaya pada posisi strategis di PKS, sebagaimana yang dikemukakan oleh Tati Meutia :

PKS memiliki pola kaderisasi terukur dan tertata dengan rapi. Sebelum memperoleh posisi strategis di Partai setiap kader harus melalui jenjang yang telah ditentukan oleh partai. Barangkali menjadi salah satu penyebab lahirnya ikatan dan loyalitas tinggi kader terhadap PKS.³⁸

Berdasarkan wawancara tersebut dapat kita pahami, pola kaderisasi yang terukur dan tertata dengan rapi menjadi salah satu penyebab tingginya loyalitas yang dimiliki oleh kader terhadap PKS dan kemudian membentuk rasa tanggung jawab.

Kaderisasi di PKS dibangun dari sisi kekeluargaan. Setiap kader merasa PKS bukan sebagai partai politik namun sebuah organisasi yang bisa merekatkan mereka. Kader PKS tidak dipinang pada tahun politik namun dipinang sebelumnya sebagaimana yang dikemukakan oleh Ramzi Murziqin:

Kaderisasi di PKS dibangun dari sisi kekeluargaan sehingga kadernya mengikat dan merasa PKS bukan sebuah partai namun sebuah organisasi yang bisa merekatkan mereka. PKS bertahan ditengah konstelasi politik ini karena kaderisasi yang dia punya. PKS itu tidak pernah meminang kader di tahun politik namun kadernya dibentuk sebelumnya melalui pembentukan karakter sehingga orangnya itu benar-benar menjadi PKS.³⁹

Berdasarkan wawancara tersebut dapat kita pahami, proses kaderisasi yang dibangun secara kekeluargaan telah melahirkan kader PKS yang kuat dan memiliki dedikasi tinggi untuk partai. Kader PKS bukan merupakan hasil

³⁸ Hasil wawancara dengan Tati Meutia (Legislatif terpilih dapil IV) Pada Tanggal 20 Agustus 2019

³⁹ Hasil Wawancara dengan Ramzi Murziqin (Akademisi) Pada Tanggal 11 Juni 2020

rekrutmen pada tahun politik namun merupakan rekrutmen pada tahun-tahun sebelumnya. Sehingga mereka menjadi kader yang benar-benar totalitas dalam berjuang.

Salah satu kunci keberhasilan setiap partai dalam menerapkan strategi yang telah direncanakan apabila kadernya dapat menjalankan dengan baik tanpa mempersoalkan apa yang telah diputuskan oleh pimpinan partai. Karena bagi PKS apapun yang sudah mutlak jadi keputusan bersama maka mulai dari tingkat bawah hingga sampai ke tingkat atas PKS akan berkomitmen dengan itu, seperti yang dikemukakan oleh Irwansyah PKS kalau sudah bilang A maka dia akan total futbol tetap mengkampanyekan A siapapun mau botol Aqua yang dia pilih maka seluruh jajaran sampai result PKS sampai kader PKS tetap memilih A.⁴⁰ Kader PKS terkenal sebagai kader yang memiliki loyalitas tinggi dan menuruti apa yang telah diputuskan untuk dikerjakan secara sungguh-sungguh. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Iwan Sulaiman :

Para kader PKS menerima setiap keputusan dengan baik dan menganggap keputusan tersebut merupakan keputusan terbaik yang diambil oleh partai. Setiap kader menerima setiap tugas yang diberikan oleh Ketua dengan baik tanpa memperselisihkan atau mengkomplain terhadap tugas tersebut. Tugas tersebut diniatkan sebagai ibadah.⁴¹

Berdasarkan wawancara tersebut dapat kita pahami kader PKS memiliki loyalitas dan ketaatan yang tinggi terhadap pimpinan partai. Tugas yang diberikan partai kepada setiap kader dianggap sebagai ibadah sehingga harus dikerjakan

⁴⁰ Hasil Wawancara dengan Irwansyah (Sekretaris DPD PKS/Legislatif terpilih) pada Tanggal 12 Juni 2020

⁴¹ Hasil Wawancara dengan Iwan Sulaiman (Ketua DPD PKS Kota Banda Aceh) Pada Tanggal 08 Juni 2020

sebaik dan semaksimal mungkin. Apapun yang menjadi keputusan bersama maka akan dijalankan sebaik mungkin.

4.1.3.2. Menggunakan *Flashmob* sebagai media kampanye terbuka

Setiap partai politik akan menyusun berbagai strategi secara terencana untuk memperoleh hati dan simpati masyarakat kepada mereka. Apabila partai tersebut telah memperoleh hati dan simpati masyarakat maka tentunya akan dipilih pada pelaksanaan pemilihan umum. Setiap strategi diciptakan dengan berbagai inovasi-inovasi baru yang disesuaikan dengan kondisi masyarakat. PKS menciptakan *flashmob* sebagai salah satu media kampanye mereka. *Flashmob* merupakan suatu perkumpulan yang dilakukan sekelompok orang di waktu dan tempat yang telah ditentukan untuk berkumpul bersama untuk melakukan aksi lucu serta menyuarakan aksi untuk saling berteriak agar menarik perhatian serta simpati. Adanya kampanye kreatif *flashmob* tersebut PKS mendapatkan dampak baik selain mendekatkan diri dengan masyarakat PKS juga berhasil mencetok rekor MURI (Museum Rekor-Dunia Indonesia) sebagai *flashmob* terbesar di Indonesia.⁴²

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Iwan Sulaiman :

Flashmob menjadi program unggulan kita dalam berkampanye dibandingkan dengan partai lain. Kita bisa berjumpa langsung dengan masyarakat lalu berdialog dengan menawarkan program-program yang kita miliki. Pola kampanye seperti ini lebih fleksibel dan humanis.

⁴² Erna Trianggorowati, Ridho Al-Hamdi, 2019, *Strategi Kampanye Partai Islam: Kasus Partai Keadilan Sejahtera Pada Pemilu 2019*, Jurnal Tapis: Jurnal Teropong Aspirasi Politik Islam 16 (1) (2020), hal 78

Masyarakat yang belum kenal kita akan berhenti dan membangun dialog diantara kami dengan masyarakat.⁴³

Berdasarkan wawancara tersebut dapat kita pahami bahwa *flashmob* menjadi program unggulan PKS dalam berkampanye. Sosialisasi tentang PKS akan lebih efektif dan tepat sasaran apabila masyarakat memerhatikan secara langsung serta adanya interaksi antara masyarakat dengan kader PKS. Hal ini yang kemudian membuat PKS terasa lebih dekat dengan masyarakat kampanye kreatif bertakjub *flashmob* mampu membangun imajinasi baru dalam benak masyarakat.

Hal hampir senada juga dikemukakan oleh Zulfikar, PKS tidak melakukan kampanye dengan menjual janji namun kampanye PKS adalah kampanye dengan kegembiraan yang dikemas dengan kreatif melalui *flashmob*.⁴⁴ Maka dari pada itu, *flashmob* yang dilakukan merupakan hasil kajian PKS dalam mencermati tata cara memperoleh simpati masyarakat agar dapat memilih mereka pada saat dilakukan pemilihan umum.

Kampanye yang dilakukan bertakjub *flashmob* berhasil menarik simpati masyarakat, PKS yang bekerja menggelar kampanye *door to door* serta melakukan pendekatan langsung dengan masyarakat serta para kader PKS yang di ajak untuk berdiri di sepanjang jalan.⁴⁵ Hal ini yang kemudian berhasil PKS

⁴³ Hasil Wawancara dengan Iwan Sulaiman (Ketua DPD PKS Kota Banda Aceh)) Pada Tanggal 08 juni 2020

⁴⁴ <https://www.kanalaceh.com/2019/04/25/unggul-di-banda-aceh-pks-efek-flashmob/amp/> (diakses pada 04 Jul. 20, 23:16)

⁴⁵ <https://acehonline.co/politik/pksklaim-raih-suara-terbanyak-di-banda-aceh> (diakses pada 10 Juli 2020, 06:23)

lakukan untuk menarik simpati masyarakat, masyarakat menanggapi bahwa PKS berbeda dari partai politik lainnya.

Inovasi tersebut tentunya dilatar belakangi oleh dinamika perkembangan masyarakat terhadap pola kampanye versi klasik yang dinilai terlalu membosankan dan tidak efektif. Berbeda sekali dengan strategi *flashmob* tersebut, masyarakat dapat berinteraksi secara langsung dengan PKS baik itu dengan bertanya arah perjuangan PKS maupun program-program yang ditawarkan sehingga secara perlahan-lahan dapat membentuk mindset masyarakat terhadap PKS sebagai partai politik merakyat. Pola kampanye yang biasa dijalankan adalah kampanye digedung-gedung dan masyarakat hanya dianggap sebagai pelengkap.

Selain *flashmob* yang menjadi strategi kampanye PKS adalah undang-undang perlindungan terhadap ulama, pemberlakuan SIM seumur hidup, dan penghapusan pajak sepeda motor. Masyarakat yang sudah jeli dalam menentukan pilihan politiknya maka tentu saja akan memilih PKS, apalagi pada pemilu 2019 isu agama yang cukup gencat dimainkan maka pilihan masyarakat sudah tentu larinya ke PKS.

4.1.4. Wacana dan *Branding* Capres oleh Caleg PKS

Selain kegiatan kampanye diatas terdapat isu kampanye yang kerap digunakan oleh caleg PKS, diantaranya :

4.1.4.1. Menciptakan citra sebagai partai Islami yang Pro rakyat

PKS sebagai salah satu partai yang lahir setelah adanya reformasi, tentunya akan membentuk *image* yang baik agar masyarakat selalu setia memilih PKS didalam setiap pemilu. Partisipasi politik Islam yang semakin meningkat ditambah dengan munculnya fenomena gerakan 212 memberikan dampak tersendiri kepada partai basis Islam salah satunya PKS. Habib Rizieq Shihab secara terang-terangan memberikan dukungan politik kepada PKS.

PKS mencoba membentuk pemilih loyalis, untuk dapat memperoleh pemilih yang loyalis tentunya PKS harus melakukan berbagai pendekatan dengan masyarakat salah satunya adalah dengan secara rutin terlibat dalam pelayanan sosial, pemberdayaan masyarakat dan bantuan kemanusiaan, hal tersebut sebagaimana dikemukakan oleh Iwan Sulaiman selaku ketua DPD PKS Kota Banda Aceh :

PKS secara rutin terlibat dalam pelayanan sosial, pemberdayaan masyarakat dan bantuan kemanusiaan dan juga secara konsisten memberikan dukungan bagi perjuangan umat Islam diseluruh dunia melalui lobi diparlemen, demonstrasi, maupun penggalangan dana. dalam setiap demonstrasi dan kampanye PKS selalu berlangsung tertib dan aman, sehingga ini barangkali juga menjadi salah satu contoh positif yang dilihat oleh masyarakat.

Berdasarkan wawancara tersebut dapat kita pahami bahwa PKS mencoba menciptakan citra sebagai partai yang konsisten dan peduli dengan basis Islam dan pro rakyat. Hal inilah yang menyebabkan para pemilih PKS memiliki peningkatan suara dibandingkan dengan pemilihan pada tahun 2014. Apalagi masyarakat sering dikecewakan oleh beberapa partai politik yang dinilai tidak konsisten antara kampanye dengan sewaktu terpilih seperti hanya memerlukan masyarakat pada saat menjelang pemilu saja.

Konten yang digunakan sangat berpengaruh untuk menarik perhatian masyarakat apalagi kontens berkaitan dengan nasib umat Islam yang ada di dunia. Simpati masyarakat akan mulai muncul. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Ramzi Murziqin:

PKS menggunakan isu sensitif masyarakat Aceh sebagai salah satu kontens dalam *flashmob*. Mereka menggunakan identitas Palestina sehingga rasa simpati masyarakat terhadap negara Muslim muncul. Apa yang dilakukan oleh PKS adalah bentuk dominatif salah satu strategi politik.⁴⁶

Berdasarkan wawancara tersebut dapat kita pahami bahwa *flashmob* yang dilakukan oleh PKS merupakan salah satu bentuk strategi politik untuk menarik simpati masyarakat terhadap mereka melalui memperlihatkan suatu identitas tertentu dalam hal ini identitas Palestina dan ini selaras dengan salah satu misi PKS yaitu menggalang solidaritas dunia demi mendukung bangsa-bangsa yang tertindas dalam merebut kemerdekaannya seperti halnya Palestina. Mayoritas masyarakat kota banda aceh beragama Islam maka PKS sudah tentu menjadi pilihan terbaik.

Kunci untuk memperoleh kemenangan dalam setiap pemilu adalah dengan memperoleh suara dari masyarakat, untuk memperoleh suara dari masyarakat maka setiap kader diberikan arahan untuk selalu dekat dengan masyarakat dan menyampaikan program yang akan diperjuangkan oleh partai, sebagaimana dikemukakan oleh Iwan Sulaiman:

Seluruh kader di arahkan untuk selalu dekat dengan masyarakat dan juga menyampaikan program yang akan diperjuangkan oleh PKS, disaat terpilih untuk mewakili rakyat. Banyak masyarakat masih memiliki

⁴⁶ Hasil Wawancara dengan Ramzi Murziqin (Akademisi) Pada Tanggal 11 Juni 2020

cara berpikir idealis artinya di sini masyarakat akan memilih partai tersebut apabila partai tersebut menawarkan program yang jelas dan masuk akal.⁴⁷

Berdasarkan wawancara tersebut dapat kita pahami, bahwa PKS mengarahkan kadernya untuk selalu dekat dengan masyarakat dan juga menyampaikan program yang akan diperjuangkan oleh PKS ketika salah satu calonnya terpilih untuk mewakili masyarakat sesuai dengan daerah pemilihannya (Dapil).

Multibrand Pemilu 2019 yang digunakan PKS pada saat menawarkan janji kampanye terlihat berbeda dengan partai lain yaitu UU perlindungan terhadap Ulama, pemberlakuan SIM seumur hidup dan penghapusan pajak sepeda motor hal ini kemudian yang menjadi pembeda antara PKS dengan partai lain program yang jelas dan masuk akal berhasil menarik minat masyarakat terhadap PKS.

Citra partai tentunya menjadi sangat penting, karena ketertarikan masyarakat dipengaruhi oleh citra mereka baik itu karena citra sebagai partai berbasis Islam dan Pro rakyat. Masyarakat sebagai pemegang kedaulatan negara tentunya harus menggunakan kedaulatan tersebut dengan memilih perwakilan untuk duduk di Eksekutif maupun legislatif melalui mekanisme pemilihan langsung. Hal ini seperti yang dikemukakan langsung oleh Irwansyah:

Saya lihat kenapa juga masyarakat suka sama kita pertama memang ada antusiasme publik yang sudah agak bergeser masyarakat sudah agak islami saya lihat, sudah lebih suka kepada nilai-nilai religi indikatornya saya lihat masyarakat bisa tergerak melakukan demonstrasi melibatkan jutaan masyarakat demonya. 7 juta massa bisa dikumpulkan diaksi sejuta umat misalnya ini nuansa baru di Indonesia kesimpulannya bahwa masyarakat

⁴⁷ Hasil Wawancara dengan Iwan Sulaiman (Ketua DPD PKS Kota Banda Aceh) Pada Tanggal 08 Juni 2020

ini sudah bergeser mereka sudah mulai rasa butuh di nilai-nilai religi dan partai kita ini partai agama azas kita Islam bukan Pancasila dan mungkin limpahan suara itu kita alami juga dari orang-orang yang kemudian di provokasi oleh sentimen agama oleh aksi-aksi seperti ahok ini bangkit sentimennya bangkit rasa bencinya terhadap orang-orang yang menciderai agama kemudian mereka dimana partai yang bisa mereka berikan suaranya dan disitu ketemu dengan kita karena kita juga partai Islam azasnya.⁴⁸

Bergesernya antusiasme publik kepada nilai-nilai agama membuat masyarakat lebih memilih partai-partai yang berazaskan Islam seperti PKS. Secara langsung masyarakat menganggap PKS partai yang berbasis Islam sekaligus mengusung Prabowo-Sandi yang didukung oleh pihak Ulama ditambah masyarakat sudah pernah dikecewakan oleh jargon-jargon yang mengesampingkan nilai-nilai religi.

PKS konsisten melakukan perjuangan sesuai dengan asas partai yaitu yang berasas Islam. *Image* tersebut terus dinampakan pada saat sebelum pemilu maupun sesudah pemilu, sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Ardi Manajer Dapil 4 Kota Banda Aceh :

PKS Konsisten mengusung asas Islam sebagai arah perjuangannya baik itu sebelum pemilu maupun sesudah pemilu apalagi pada pemilu 2019 ulama mengeluarkan ikrar maka secara otomatis strategi yang kita gunakan adalah berdasarkan ikrar tersebut dan juga melalui yayasan atau organisasi yang kita miliki. Apa yang kita lakukan tersebut berdampak dengan banyak ibu-ibu yang menjadi pemilih PKS pada tahun 2019.⁴⁹

Berdasarkan wawancara tersebut dapat kita ketahui bahwa PKS konsisten mengusung asas Islam sebagai arah perjuangannya, hal tersebut dibuktikan dengan ikut mematuhi ikrar ulama serta menyesuaikan strategi perjuangan berdasarkan ikrar ulama.

⁴⁸ Hasil Wawancara dengan Irwansyah (Sekretaris DPD PKS/Legislatif terpilih) pada tanggal 12 Juni 2020

⁴⁹ Hasil Wawancara dengan Ardi (Manajer Dapil IV) Pada Tanggal 17 Juni 2020.

Hal hampir senada juga disampaikan oleh Effendi Hasan sebagai salah satu Pengamat Politik, menilai bahwa PKS sebagai partai yang konsisten baik itu disaat memperjuangkan kepentingan rakyat maupun pada saat menjadi partai oposisi, inilah yang membuat publik yakin untuk menjadikan PKS sebagai saluran politiknya.⁵⁰

Fenomema akan meningkatnya suara partai politik yang mengusung salah satu kadidat capres-cawapres sudah dapat dirasakan jauh hari. Kasus UAS dan demo dimana-mana tersebut akan memiliki pengaruhnya terhadap pemilu sebagaimana yang dikemukakan oleh Effendi Hasan:

Fenomena akan meningkatnya suara partai politik yang mengusung salah satu kadidat capres-cawapres sudah dapat dirasakan jauh hari. Kasus UAS dan demo dimana-mana akan memiliki pengaruhnya terhadap pemilu, begitu halnya meningkatnya suara PKS salah satunya disebabkan oleh mereka mengusung Capres nomor urut dua Prabowo-Sandi.⁵¹

Berdasarkan wawancara tersebut dapat kita pahami, bahwa salah satu penyebab suara PKS meningkat khusus di Kota Banda Aceh di sebabkan mereka mengusung Capres-cawapres nomor urut dua. Efeknya memang sudah dirasakan akan terjadi sebelum adanya pemilu. Apalagi kasus UAS dan demo dimana-mana akan berdampak terhadap meningkatnya popularitas Prabowo-Sandiaga.

Oleh sebab itu, tidak mengherankan apabila *trend* peningkatan suara dialami PKS. Hasil pemilu 1999 merupakan hasil yang terburuk yang diperoleh oleh PKS. hasil pemilu tahun 1999, mengatarkan PKS gagal mencapai target

⁵⁰ Hasil Wawancara Effendi Hasan (Pengamat Politik) Pada Tanggal 16 Juni 2020

⁵¹ Hasil Wawancara Effendi Hasan (Pengamat Politik) Pada Tanggal 16 Juni 2020

ambang batas parlemen 2% sehingga partai ini diharuskan untuk merubah nama apabila akan mengikuti pemilu selanjutnya.⁵²

PKS sekarang sudah sangat berbeda dibandingkan pada saat itu, PKS mulai memperoleh kepercayaan publik. Program-program yang ditawarkan oleh PKS berhasil menarik minat masyarakat, apalagi isu sentimen agama begitu gencat dimainkan pada saat pemilu 2019. PKS yang memperjuangkan UU perlindungan terhadap ulama agar tidak gampang dilecehkan, dari wacana tersebut kemudian masyarakat merasa bahwa PKS merupakan jalan yang tepat untuk menitipkan suara di parlemen kemudian juga berdasarkan Ijtima' Ulama yang mendukung Prabowo-Sandi membuat masyarakat semakin bahwa PKS dan Prabowo-Sandi adalah pilihan yang tepat.

4.1.4.2. *Branding* Politik Calon Presiden sebagai Strategi Kunci Pemenangan

Dengan menggunakan startegi *branding*, perilaku konsumen ataupun pemilih pada saat akan membeli sebuah produk/partai politik/politisi tidak lagi harus melalui proses panjang yang membutuhkan waktu tetapi langsung melompat ke pilihan-pilihan tertentu.⁵³ *Tagline* Adil Makmur bersama Prabowo-Sandi, kemudian hastag #2019PilihPKS #2019GantiPresiden termasuk kedalam *Line Extension* atau strategi yang dipakai untuk memperkenalkan program tambahan yang berbeda dengan program sebelumnya membangun sebuah *brand* sehingga masyarakat familiar kepada mereka. Kemudian *tagline* terkait

⁵² <http://pks.id/content/sejarah-ringkas> (diakses pada 01 Jul. 20, 23:48)

⁵³ Silih Agung Wasesa. 2011. *Political Branding & Public Relations*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, Hal 7-8

#2019GantiPresiden juga sangat berpengaruh, pemilu 2019 masyarakat pemilih memiliki satu pilihan mau ganti presiden atau tetap dengan petahana.

Brand Extension atau perluasan merek strategi dengan merek yang sama dengan keuntungan yang lebih cepat diterima oleh masyarakat karena sudah dikenal sebelumnya. Sosok Sandiaga Uno menjadi daya tarik dikalangan ibu-ibu hal ini yang kemudian digunakan oleh Tati Meutia dalam *brandingnya Teupeujroh Mak-emak Aceh* yang terinspirasi dari Sandiaga Uno. Seperti yang dikemukakan oleh Tati Meutia (Legislatif terpilih dapil IV) :

Karena harus ada sesuatu yang khas dan kenapa saya ambil tapeujroh mamak Aceh saya cari *branding* itu kurang lebih 3 bulan saya lihat *the power off* emak-emaknya Sandi waktu ketemu Sandiaga saya bilang “bang Sandi saya Tati Meutia dari PKS mengucapkan terimakasih karena gantengnya dia dan PKS yang mendukung berimbas baik untuk PKS artinya PKS secara suara ditingkat DPR-RI juga terjadi peningkatan artinya ada simbiosis mutualisme antara Presiden dengan partai.⁵⁴

Jika Cawapres saja memiliki brand *the power off* emak-emak maka tentu saja caleg PKS juga memiliki brand hampir mirip *Teupeujroh Mak-emak Aceh* artinya ada kesinambungan antara capres cawapres dengan partai pengusung. Dalam hal ini memiliki imbas baik terhadap perolehan suara PKS artinya terdapat hubungan saling menguntungkan antara capres cawapres dengan partai pengusung.

PKS mewajibkan setiap kader yang maju dalam konstelasi perpolitikan untuk memasang capres-cawapres nomor urut dua di dalam setiap alat peraga

⁵⁴ Hasil wawancara dengan Tati Meutia Asmara (Legislatif terpilih dapil IV) Pada 20 Agustus 2019

kampanyenya meliputi baliho, spanduk, poster, pamflet, hingga iklan di media sosial.

Tidak bisa dipungkiri bahwa PKS merupakan salah satu partai pengusung calon Presiden (Capres) Nomor urut 2 Prabowo-Sandiaga Uno. Sebagai salah satu kewajiban sebagai partai pengusung adalah dengan melakukan kampanye terhadap capres nomor urut dua sebagaimana yang disampaikan oleh Iwan Sulaiman Ketika PKS sudah memutuskan bahwa yang dipilih capres A maka semua kader di semua level diwajibkan untuk taat dan bekerja total.

Tentunya hal tersebut sudah menjadi keharusan sebagai politik mutualisme dimana kedua belah pihak memiliki keuntungan yang sama. Pemilihan presiden merupakan ranah eksekutif sedangkan Partai politik biasanya lebih dominan berjuang dalam ranah legislatif. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Iwan Sulaiman:

Setiap Pemilihan Presiden setiap partai harus bersikap dengan menjadi partai pengusung ataupun pendukung, hal tersebut dilakukan setelah mencapai kesepakatan bersama diantara kader dengan memilih opsi mengusung kader sendiri atau mengusung orang lain. Apabila yang diusung berhasil tembus maka peran PKS akan terpisah antara pengusung presiden dengan kader PKS di Parlemen, kader PKS diparlemen akan menjalankan tugas sebagaimana menjadi tugas dan kewenangan DPR, termasuk mengkritisi kebijakan pemerintah yang tidak pro rakyat.⁵⁵

Berdasarkan wawancara tersebut dapat kita pahami, PKS pada dasarnya akan memainkan dua peran pertama sebagai pengusung presiden dengan menjadi pemerintah dan wakil rakyat di parlemen. Kontribusi di DPR menjadi titik PKS dalam berjuang di ranah perpolitikan.

⁵⁵ Hasil Wawancara dengan Iwan Sulaiman (Ketua DPD PKS Kota Banda Aceh) Pada Tanggal 08 Juni 2020

PKS mewajibkan seluruh kadernya yang maju dalam konstelasi perpolitikan untuk memasukan capres nomor dua sebagai salah satu muatan kampanye dalam bentuk baliho dan spanduk sebagaimana yang dikemukakan oleh Irwansyah :

Muatan kampanye kami diwajibkan untuk memasukan capres nomor urut dua dalam setiap kampanye kami dalam bentuk baliho dan spanduk. hal tersebut kami lakukan sebagai komitmen kami dalam mengukung Prabowo-Sandiaga Uno sebagai capres pilihan kami.⁵⁶

Berdasarkan wawancara tersebut dapat kita pahami, bahwa PKS telah mewajibkan kepada seluruh kader yang maju dalam konstelasi perpolitikan dalam berbagai tingkat untuk menyertakan capres nomor urut dua dalam setiap baliho dan spanduk mereka. Hal tersebut merupakan bagian dari komitmen PKS sebagai partai pengusung capres nomor urut dua.

Setiap caleg PKS memiliki tata cara sendiri dalam memanfaatkan elektabilitas tinggi yang dimiliki oleh capres-cawapres nomor urut dua. sebagaimana yang dikemukakan oleh Irwansyah :

Sandiaga Uno memiliki tingkat kepopuleran yang tinggi di kalangan anak muda, pertama karena usianya yang masih muda, kedua karena dia juga memiliki wajah yang rupawan. Tentunya hal tersebut saya manfaatkan untuk berkampanye di media sosial maupun dunia nyata. facebook dan instagam menjadi sarana utama saat saya berkampanye di media sosial. Pada pemilu 2014 saya hanya memperoleh 700 suara sedangkan pada pemilu 2019 memperoleh 2300 suara mengalami kenaikan sampai 200%.⁵⁷

Berdasarkan wawancara tersebut dapat kita pahami salah satu caleg PKS memiliki peningkatan suara hampir 200%. Tentunya peningkatan tersebut tidak

⁵⁶ Hasil Wawancara dengan Irwansyah (Sekretaris DPD PKS/Legislatif terpilih) pada Tanggal 12 Juni 2020

⁵⁷ Hasil Wawancara dengan Irwansyah (Sekretaris DPD PKS/Legislatif terpilih) pada Tanggal 12 Juni 2020

terlepas dari tata cara kampanye dan *branding* capres yang dilakukan oleh caleg PKS. Hal tersebut kemudian dimanfaatkan oleh caleg PKS dalam berkampanye sehingga masyarakat percaya kepada caleg tersebut untuk diwakilkan.

Hal hampir senada disampaikan oleh Tati Meutia, posisi PKS sebagai partai pengusung dan juga sosok Sandiaga Uno dengan gerakan emak-emak memiliki dampak baik terhadap peningkatan suara PKS di seluruh tingkat mulai dari tingkat Dewan Perwakilan Rakyat Kabupaten (DPRK) sampai tingkat Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR-RI), sehingga ada mutualisme antara pengusung capres nomor urut dua dengan partai.⁵⁸

PKS telah menentukan sikapnya dengan mengusung capres nomor urut dua sehingga PKS telah melakukan berbagai pendekatan dan strateginya untuk mensosialiskan capres nomor urut dua. Sebelumnya Pengurus DPP PKS telah mengeluarkan hastag #2019GantiPresiden. Ide-ide kreatif dari PKS tidak sampai disitu saja, memanfaatkan momentum dengan meningkatkan kepopuleran capres nomor urut 02 di Aceh dimanfaatkan oleh PKS dengan melahirkan *tagline* PKS pilihan ku Prabowo-Sandi presidenku, sebagaimana yang dikemukakan oleh Irwansyah:

Salah satu *branding* yang dikembangkan yaitu melakukan kampanye di sosmed dengan *tagline* PKS pilihanku Prabowo-Sandi Presidenku. Capres dan cawapres yang kami usung tersebut kedua duanya merupakan kader Gerindra meskipun pada saat itu Sandiaga mengudurkan diri dari partai Gerindra. *Branding* yang kami lakukan tersebut membuahkan hasil dengan

⁵⁸ Hasil wawancara dengan Tati Meutia Asmara (Legislatif terpilih dapil IV) Pada 20 Agustus 2019

tidak tenggelamnya partai meskipun elektabilitas Prabowo-Sandi meningkat di Provinsi Aceh.⁵⁹

Berdasarkan wawancara tersebut dapat kita pahami bahwa PKS terus berinovasi dengan melahirkan *tagline* PKS pilihanku Prabowo-Sandi Presidenku. Agar meningkatnya elektabilitas capres nomor urut dua di Aceh berimbasi dengan meningkatkan perolehan suara juga. *Line Extension* atau perluasan ini dengan *tagline* PKS pilihanku Prabowo-Sandi Presidenku menjadi satu acuan bahwa PKS dengan Prabowo-Sandi menjadi sepaket.

Kampanye menjadi sarana setiap caleg dalam mempromosikan diri dan menawarkan program-program masyarakat. Berbagai inovasi untuk kampanye terus dikembangkan agar tujuan daripada kampanye dapat tersampaikan kepada masyarakat seperti dengan memasang foto bersama dengan Sandiaga Uno di media sosial hingga pada saat kegiatan kampanye berlangsung dengan mengikut sertakan figure capres cawapres nomor urut dua kemudian menyertakan *hashtag* Adil Makmur Bersama Prabowo-Sandi.

Bahwa kepopuleran yang dimiliki dari capres maupun cawapres nomor urut dua dimanfaatkan secara personal oleh setiap caleg PKS untuk menarik perhatian dan simpati masyarakat. Apabila perhatian masyarakat telah diperoleh maka sudah barang tentu rasa ketertarikan masyarakat terhadap caleg tertentu dapat terjadi, sehingga akan berdampak terhadap peningkatan suara caleg tersebut.

⁵⁹ Hasil Wawancara dengan Irwansyah (Sekretaris DPD PKS/Legislatif terpilih) pada Tanggal 12 Juni 2020

4.2 Hubungan Popularitas dan Branding Calon Presiden pada Pemilu 2019 di Kota Banda Aceh

Elektabilitas atau kepopuleran dimata masyarakat tentunya adalah hal yang sangat penting dalam dunia perpolitikan baik itu pada ranah eksekutif maupun legislataif. Berbagai cara dilakukan agar mereka dikenali oleh masyarakat mulai dari sosialisasi melalui media percetakan maupun melalui media sosial serta mengikuti berbagai kegiatan sosial. Pada mula setiap orang yang ingin menjadi aktor politik maka akan melibatkan lembaga-lembaga survei untuk melakukan kajiannya terhadap masyarakat tertentu. Pelaksanaan sistem perpolitikan di Indonesia akan mulai diformat dilakukan secara serentak, pemilu 2019 menjadi kali pertama dilaksanakan pemilu serentak yaitu pemilihan presiden dan pemilihan legislatif diberbagai tingkat.

Tentunya partai dapat mengusung salah satu kadidat sebagai capres-cawapres dan juga dapat melakukan kampanye secara bersamaan atau dengan kata lain satu paket. Oleh sebab itu partai politik mulai menyusun berbagai strategi agar dapat menarik simpati dan suara masyarakat. Termasuk memilih capres-cawapres yang memiliki kedekatan dengan visi-misi partai politik. Tingginya elektabilitas capres-cawapres tentunya dapat mendatangkan keuntungan pada partai politik yang mengusung capres-cawapres tersebut.

Citra Prabowo-Sandi ditunjukkan melalui citra muslim yang saleh karena masyarakat Indonesia bukan penganut paradigma sekularisme dimana negara dan Islam terpisah sepenuhnya. Baik Prabowo maupun Sandiaga terus saling

bersinergi dalam mempertahankan citra muslim yang saleh.⁶⁰ Meskipun publik mengetahui bahwa citra Prabowo yang dikenal tegas dan temperamental karena latar belakang militer namun pada Pemilu 2019 Prabowo dan Sandi menonjolkan citra mereka sebagai muslim yang saleh.

Pemilihan gaya komunikasi Sandiaga Uno yang tidak kaku menunjukkan bahwa dirinya seakan-akan memiliki kedekatan dengan masyarakat, penggunaan bahasa sehari-hari dimanfaatkan oleh Sandi dalam konteks membangun citra politiknya dimata publik.⁶¹ Cara berkomunikasi sangat berpengaruh dalam konteks mendekati diri dengan masyarakat, bukan hanya wajahnya yang rupawan namun masyarakat juga memperhatikan cara berkomunikasi si aktor.

Track record Prabowo sebagai mantan militer tidak ditonjolkan kepada publik pada pemilu 2019, Prabowo hanya memperlihatkan sosok bersih dan menjadi muslim yang saleh hal ini untuk menarik masyarakat dari kalangan fanatisme agama. Kemudian Sandiaga dengan track record sebelumnya adalah seorang pengusaha muda yang sukses namun hal ini tidak terlalu di tonjolkan pada masa kampanye hanya saja yang ia perlihatkan adalah sosok seorang suami atau bapak untuk mewakili suara kaum ibu-ibu hingga millennial.

PKS sebagai salah satu partai politik yang telah mewarnai perpolitikan kita sejak 1998 sampai sekarang tentunya akan sangat berhati-hati dalam memilih

⁶⁰ Silvanus Alvin, 2019, *Manajemen Citra Politik Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno melalui akun @Prabowo dan @Sandiuno*, Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Volume 13 Nomor 2, hal 230

⁶¹ Silvanus Alvin, 2019, *Manajemen Citra Politik Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno melalui akun @Prabowo dan @Sandiuno*, Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Volume 13 Nomor 2, hal 242

capres-cawapres sebagai yang mereka usung. Pemilihan kandidat yang diusung sebagai capres telah melalui berbagai kajian secara internal kepartaian dan juga melihat perkembangan dinamika dalam masyarakat. Pemilihan tersebut tentunya harus didasari oleh keuntungan secara kepartaian karena fokus utama partai politik adalah pada ranah legislatif apabila partai tersebut tidak dapat mengusung kadernya sendiri. Perkembangan dinamika dalam masyarakat provinsi Aceh maka menunjukkan popularitas calon presiden nomor urut dua begitu tinggi yaitu sebesar 86% sedangkan nomor urut satu sebesar 14%.⁶² Tentunya popularitas tersebut dapat dimanfaatkan oleh setiap partai yang mengusung dan mendukung kandidat capres-cawapres nomor urut dua termasuk PKS.

Hal ini yang kemudian berdampak dimata publik ketika Citra, Karakter, *Track record*, Popularitas personal, bahkan tujuan besar lembaga terbaca oleh publik maka tidak salah lagi jika publik menentukan arah pilihan politiknya ke Prabowo-Sandi dan juga partai pengusungnya PKS. Adapun hubungan popularitas dan Branding calon Presiden pada Pemilu 2019 di Kota Banda Aceh adalah sebagai berikut:

4.2.1 Tersosialisasi Capres dan Caleg PKS sangat massif

Sosialisasi merupakan salah satu tata cara yang harus dilakukan oleh setiap partai politik agar mereka dikenali oleh masyarakat. Berbagai media akan digunakan sebagai alat sosialisasinya. Baik itu media cetak berupa baliho, spanduk maupun melalui media sosial seperti di Facebook, Instagram dan lain

⁶² <https://anterokini.com/2019/02/11/data-google-trends-pekan-ini-popularitas-prabowo-ungguli-jokowi/> (diakses pada 07 Jul. 20, 23:00)

sebagainya. PKS sebagai partai pengusung capres-cawapres nomor urut 2 tentunya sudah berkewajiban untuk dapat melakukan kampanye secara bersamaan antara kampanye caleg dari kader PKS dengan kampanye Capres-cawapres nomor urut dua sebagaimana yang disampaikan oleh Irwansyah bahwa seluruh kader PKS yang maju dalam konstelasi perpolitikan dari berbagai tingkatan untuk memasukan capres nomor urut dua dalam setiap kampanye dalam bentuk baliho dan spanduk.⁶³

Tentunya apa yang dilakukan oleh PKS akan memiliki dampak bagi peningkatan suara PKS. Popularitas Capres nomor urut dua di Aceh cukup tinggi yaitu sebesar 86%. Persentase sebesar itu tentunya dapat dipastikan masyarakat Aceh akan memilih capres-cawapres nomor urut dua sebagai pilihannya. Tentunya pemasangan embel-embel capres-cawapres nomor urut dua dapat menyebabkan masyarakat familiar dengan partai politik tersebut.

Masyarakat menjadi sarana dalam menyeleksi seseorang untuk dapat menjadi pejabat negara melalui mekanisme pemilihan umum. Oleh sebab itu setiap partai politik harus menjaga citranya agar tidak jatuh di mata publik apalagi ketika visi-misi partai bertentangan dengan yang diusung maka tentunya akan adanya efek domino terhadap partai politik tersebut.

Salah satu alasan masyarakat memilih PKS dikarenakan PKS mengusung capres-cawapres nomor urut dua. Tentunya akan berbeda sekali apabila PKS mengusung capres-cawapres nomor urut satu, maka masyarakat belum tentu

⁶³ Hasil Wawancara dengan Irwansyah (Sekretaris DPD PKS/Legislatif terpilih) pada Tanggal 12 Juni 2020

memilih PKS. Hal ini juga senada yang disampaikan oleh Isa Ansari (Masyarakat):

Saya memilih caleg dari PKS, juga tahu PKS mendukung Prabowo. Pada 2019 saya juga memilih Prabowo karena Prabowo adalah capres yang diusung oleh PKS. Alasan memilih Prabowo karena ingin perubahan di Aceh itu memang euforia masyarakat Aceh itu ke Prabowo.⁶⁴

PKS terus berinovasi agar partainya dan caleg yang diusungnya semakin familiar dimata masyarakat maka mereka memanfaatkan kepopuleran capres-cawapres nomor urut dua dengan menciptakan *tagline* dalam setiap kampanye PKS pilihanku Prabowo-Sandi Presidenku. Dengan demikian secara tidak langsung PKS telah menciptakan preferensi kepada masyarakat yang memilih Prabowo-Sandi Presiden maka pilihan untuk ranah legislatifnya berasal dari caleg PKS.

Tersosialisasi Capres dan Caleg PKS sangat masif termasuk kedalam bagaimana *political branding* yang merupakan suatu upaya dalam menciptakan dan membangun citra politik yang konstituen terhadap produk politik, *political branding* ini dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti menggunakan spanduk, baliho, poster serta menggunakan berbagai media untuk membuat iklan guna untuk lebih dikenal oleh publik. Masyarakat lebih mengenal sosok tersebut karena para caleg PKS bekerja tidak hanya lima tahun sekali namun jauh sebelum masa pemilu berlangsung mereka sudah bekerja, bagi kader PKS mereka masuk ke dalam dunia politik merupakan semata-mata untuk berjihad bagi mereka dunia politik merupakan ladang jihadnya kader PKS. Ketika berkampanye PKS pada

⁶⁴ Hasil wawancara dengan Isa Ansari (Masyarakat) Pada Tanggal 11 Juli 2020

pemilu 2019 melakukan kampanye kreatif yang disebut *flashmob* kampanye ini yang kemudian juga menarik simpati masyarakat yang dilakukan sepanjang Ulee Lheu, Sp. Lima bahkan Blang Padang.

Hal ini dilakukan secara massif agar masyarakat dapat lebih mengenal para kontestan caleg dari PKS, mereka menggunakan atribut berupa gambar wajah dari capres nomor urut dua, membawa spanduk, memakai kostum yang bertemakan PKS serta hal lain yang berhubungan dengan PKS. Artinya dengan *political branding* yang dilakukan oleh pihak PKS ini secara langsung dialam bawah sadar masyarakat menjadi daya tarik serta surplus terhadap kinerja PKS masyarakat sangat dapat *feelnya*, dengan komunikasi yang lebih interaktif *branding* yang dilakukan oleh PKS berpotensi untuk membangun hubungan dengan masyarakat yang sebelumnya tidak memiliki daya tarik terhadap politik justru menaruh kepercayaan serta menumbuhkan harapan terhadap Prabowo-Sandi dan PKS.

4.2.2. Meningkatnya Kepercayaan Masyarakat Terhadap PKS

Kepercayaan menjadi salah satunya kunci untuk meningkatkan perolehan suara. Masyarakat sebagai penentu seorang caleg dari partai tertentu dapat terpilih dan mewakili mereka. Tentunya masyarakat tidak akan memberikan hak suaranya kepada partai yang tidak dipercaya baik itu dikarenakan *track record* partai tersebut yang buruk maupun tidak konsisten dan peduli kepada masyarakat pada saat sudah terpilih. PKS sebagai salah satu partai politik yang mewarnai dalam sistem perpolitikan tentunya tidak ingin kepercayaan masyarakat kepada mereka

memudar atau lama kelamaan menjadi hilang namun harus sebaliknya rasa kepercayaan masyarakat harus semakin tinggi sehingga masyarakat menjadikan PKS sebagai perwakilan mereka untuk berjuang dalam perpolitikan. Pemilu serentak dapat menjadi momentum meningkatkan suara setiap partai politik tidak terkecuali dengan PKS. 2019 menjadi tahun pertama dilaksanakan pemilu serentak yaitu menyelenggarakan pemilihan legislatif dibagai tingkatan dan juga pemilihan presiden secara bersamaan.

PKS pada konstelasi capres-cawapres memilih nomor urut dua Prabowo-Sandi sebagai yang mereka usung. Popularitas capres-cawapres nomor urut dua di Aceh cukup tinggi yaitu 86%. Pemilihan capres-cawapres nomor urut dua yang diusung maka secara otomatis akan berdampak kepada mereka sebagaimana yang disampaikan oleh Iwan Sulaiman, sebuah partai yang mengusung capres itu memiliki dampak yang luar biasa sebagaimana yang bisa kita rasakan dengan meningkatnya *branding* PKS di Banda Aceh.⁶⁵

Dengan demikian, menunjukkan bahwa adanya peningkatan suara yang dirasakan oleh PKS. Pada pemilu tahun 2014 PKS di Kota Banda Aceh hanya memperoleh 8000 suara sedangkan pada pemilu 2019 memperoleh 18.000 suara artinya ada peningkatan sebesar 10.000 suara. Peningkatan perolehan suara tersebut terjadi begitu signifikan dan juga memperoleh ketua DPRK Kota Banda Aceh.

⁶⁵ Hasil Wawancara dengan Iwan Sulaiman (Ketua DPD PKS Kota Banda Aceh) Pada Tanggal 08 Juni 2020

Masyarakat menjadi penentu peningkatan perolehan suara tersebut. Karena masyarakatlah yang diberikan otoritas oleh negara untuk dapat menunjuk wakil-wakil mereka melalui mekanisme pemilihan umum. Rasa kepercayaan masyarakat kepada PKS meningkat sebagaimana yang disampaikan oleh Ema (masyarakat), Saya memilih PKS karena tahu PKS sebagai partai yang mengukung Prabowo-Sandiga Uno sebagai capres-cawapres.⁶⁶

Hal senada juga disampaikan oleh salah satu masyarakat yang memilih PKS pada pemilu 2019, bahwa beliau melihat PKS sebagai partai yang banyak memberi bantuan, bersosial dengan masyarakat dan ikut berkecimpung dibanyak kegiatan-kegiatan kemasyarakatan serta cara kampanyenya yang santun sehingga cara kampanye tersebut cocok dengan saya.⁶⁷

Hal hampir senada juga dikemukakan oleh Beti Agustina (masyarakat):

Saya memilih PKS tidak terlepas dari PKS menjadi partai pengukung capres nomor urut dua Prabowo-Sandi, untuk presiden saya pilih nomor urut dua. Tentunya akan berbeda sekali ketika PKS mengukung capres-cawapres nomor urut satu maka belum tentu saya memilih PKS.⁶⁸

Kejelasan posisi PKS ditunjukkan dengan mereka konsisten mengkampanyekan capres nomor urut dua dengan menciptakan *tagline*, PKS pilihanku Prabowo-Sandi Presidenku.⁶⁹ Oleh sebab itu, ini menunjukkan rasa kepercayaan masyarakat terhadap PKS salah satunya dipengaruhi oleh pengusunan capres-cawapres nomor urut dua. Masyarakat Aceh khususnya Banda Aceh mayoritas memilih capres-cawapres nomor urut dua sebagai

⁶⁶ Hasil Wawancara dengan Ema (Masyarakat) Pada Tanggal 22 Juni 2020

⁶⁷ Hasil Wawancara dengan Ridwan (Masyarakat) Pada Tanggal 22 Juni 2020.

⁶⁸ Hasil Wawancara dengan Beti Agustina (Masyarakat) Pada Tanggal 22 Juni 2020

⁶⁹ Hasil Wawancara dengan Azhari (Masyarakat) Pada Tanggal 22 Juni 2020

pilihannya hal tersebut terbukti dengan peroleh suara capres-cawapres nomor dua di Banda Aceh sebesar 87,62%.⁷⁰ Hal hampir senada juga disampaikan oleh Ramzi Murziqin (Akademisi):

Peningkatan suara yang diperoleh oleh PKS salah satunya disebabkan karena PKS mengukung Prabowo-Sandi sehingga sampai surplus begitu suaranya, ada simbiosisnya.⁷¹

Peluang yang sangat besar untuk PKS dengan mengukung Prabowo-Sandi sehingga mereka mendapat suara lebih pada Pemilu 2019. Hal ini jelas sangat terasa terhadap perolehan suara PKS di tingkat DPRK kota Banda Aceh naik hingga 18.148 suara dari perolehan suara pada pemilu 2014 lalu sebesar 8.000 suara. Adanya hubungan saling menguntungkan antara capres dengan PKS dalam hal ini sangat terasa.

Hal hampir senada juga disampaikan oleh Faisal (DPC PKS Jaya Baru), mengatakan bahwa pengusungan capres nomor dua Prabowo-Sandi memiliki dampak terhadap peningkatan suara PKS namun peningkatannya dibawah 5%.⁷²

Hal tersebut tentunya menunjukkan bahwa peningkatan suara PKS memiliki efek terhadap pengusungan capres-cawapres nomor urut dua. Maka akan sebaliknya apabila PKS mengukung capres-cawapres nomor urut satu. Pelaksanaan pemilu secara serentak maka tingkat popularitas capres-cawapres yang diusung akan mempengaruhi partai mereka. Popularitas menjadi hal yang cukup penting dalam dunia perpolitikan, tentunya masyarakat tidak akan memilih

⁷⁰ <https://kumparan.com/kumparannews/prabowo-tumbang-jokowi-di-banda-aceh> (diakses pada 07 Juli 2020, 22:00)

⁷¹ Hasil Wawancara dengan Ramzi Murziqin (Akademisi) Pada Tanggal 11 Juni 2020

⁷² Hasil Wawancara dengan Faisal (DPC PKS, Jaya Baru) Pada Tanggal 20 Juni 2020

kadidat yang tidak memiliki popularitas apalagi memiliki *track record* yang buruk. *Image* yang dimiliki seseorang akan sangat berpengaruh terhadap perolehan suara dari masyarakat. Semua partai akan melakukan berbagai pendekatan agar dapat memperoleh kepercayaan dan simpati dari masyarakat.

4.2.3. Respon Publik Terhadap *Branding*

Branding dalam konteks politik berkaitan dengan apa yang menjadi pilihan bagi masyarakat terhadap partai politik dan hal ini terlihat dari identitas partai politik yang memang sesuai dengan diri masyarakat. Pada Pemilu 2019 PKS membuat sepaket antara mengkampanyekan capres cawapres nomor urut dua dengan mengajak masyarakat untuk memilih PKS dengan menyertakan slogan “PKS Pilihanku, Prabowo-Sandi Presidenku” dan ini mereka lakukan pada saat melakukan kampanye kreatif yang disebut *flashmob*. Hal ini disampaikan langsung oleh salah satu masyarakat yang memilih PKS, Aslianti :

PKS melakukan kampanye kreatif dan turun ke jalan dalam hal ini saya langsung terlibat pada saat *flashmob* di sepanjang jalan ulee lheu serta pada saat kampanye terakhir di Sp.lima itu meriah sekali masyarakat yang akhirnya *euforia*, mereka mengajak masyarakat untuk memilih PKS serta untuk mendukung Prabowo. Dan hal ini banyak menarik simpati masyarakat.⁷³

Cara kampanye PKS yang berbeda dengan langsung turun ke jalan dan ini menunjukkan solidaritas dari pihak PKS, selain janji kampanye yang menarik minat masyarakat adalah dengan *flashmob* yang mengajak langsung masyarakat untuk memilih PKS dan mendukung capres cawapres nomor urut dua. Masyarakat sekarang tidak percaya lagi terhadap janji-janji politik masa kampanye namun

⁷³Hasil Wawancara dengan Aslianti, (Masyarakat) Pada tanggal 11 Juli 2020

lebih melihat kepada bukti nyata, *flashmob* menjadi salah satu bukti nyata bahwa PKS konsisten terhadap apa yang diusung dan janji-janji yang ditawarkan pada saat berkampanye. Seperti yang disampaikan oleh salah satu masyarakat, Fikriadi:

Saya memilih caleg PKS karena sudah tahu bagaimana *track record*nya lebih bagus, sudah tahu bagaimana orangnya. Saya memilih Prabowo dan juga karena PKS menjadi partai pengusungnya. Respon saya terhadap PKS mendukung Prabowo karena lebih bagus *track record*nya dari pada Jokowi dan PKS juga mendukung umat Islam dalam berpolitiknya.⁷⁴

Masyarakat yang memilih caleg PKS karena sudah tahu bagaimana *track record* PKS dan juga masyarakat sudah percaya terhadap para caleg PKS sehingga sangat sinkron dengan PKS menjadi partai pengusung capres cawapres nomor urut dua. Kepopuleran Prabowo di Banda Aceh hingga 86 % memiliki daya tarik tersendiri untuk masyarakat kota Banda Aceh, dikarenakan PKS sudah berkomitmen untuk mengusung Prabowo serta hasil dukungan dari kalangan ulama (Ijtima' Ulama) dan kalau dilihat dari spiritual agama sudah pasti masyarakat kota Banda Aceh memilih PKS. Hal ini senada dengan apa yang di sampaikan oleh salah satu masyarakat, Aslianti :

Karena kampanye kemarin sepaket, sekaligus presiden sekaligus aleg (anggota legislatif) jadi memang satu kampanye gitu apalagi PKS partai pengusung bukan pendukung saja tapi pengusung, pengusung memang harus dia yang mengitukan yang memang harus mati-matian mengkampanyekan jadikan ada ikatan politik juga antara PKS dengan Prabowo-Sandi. Saya juga tahu hastag #2019GantiPresiden malah ikut mengkampanyekan. Mengenai hastag #2019GantiPresiden memang Mardani Ali Sera sendiri yang mencetuskan.⁷⁵

Pemilu 2019 menjadi pemilu sepaket antara kampanye caleg dengan kampanye Capres dua hal yang berkesinambungan ini membuat masyarakat

⁷⁴ Hasil Wawancara dengan Fikriadi (Masyarakat) Pada Tanggal 11 Juli 2020

⁷⁵ Hasil Wawancara dengan Aslianti, (Masyarakat) Pada tanggal 11 Juli 2020

semakin memantapkan pada satu hati tidak lagi bingung karena yang memilih Prabowo sudah tentu memilih PKS. *Hashtag* #2019GantiPresiden menjadi hal yang viral pada pemilu 2019, *hashtag* tersebut banyak digunakan oleh siapa saja yang ingin perubahan pada dekade selanjutnya maka dari itu *hashtag* #2019GantiPresiden dimunculkan agar ada perbedaan antara yang memilih Prabowo-Sandi dengan sang petahana.

Menurut Saifuddin PKS konsisten dalam mendukung capres cawapres pasangan nomor urut dua, PKS mempertahankan konsistensinya dalam menjadi pengusung terhadap Prabowo-Sandi. PKS yang terang-terangan memberi dukungan kepada Prabowo-Sandi buah dari dukungan PKS memberi efek kepada masyarakat untuk memilih PKS.⁷⁶

Ketika partai penguasa tidak lagi menjadi harapan bagi masyarakat maka PKS hadir memberikan solusi dengan menunjukkan betapa komitmennya PKS dalam menjadi partai pengusung, PKS memiliki peluang besar pada pemilu 2019 tidak heran ketika masyarakat sangat setuju dan memilih caleg PKS untuk menjadi wakil rakyat bagi masyarakat kota Banda Aceh.

PKS merupakan salah satu partai politik yang mampu menyesuaikan diri di segala kondisi dan mampu berkiprah di setiap perubahan zaman dengan solidaritas yang tinggi serta mampu menunjukkan sikap kritisnya dalam menjadi wakil rakyat di parlemen.

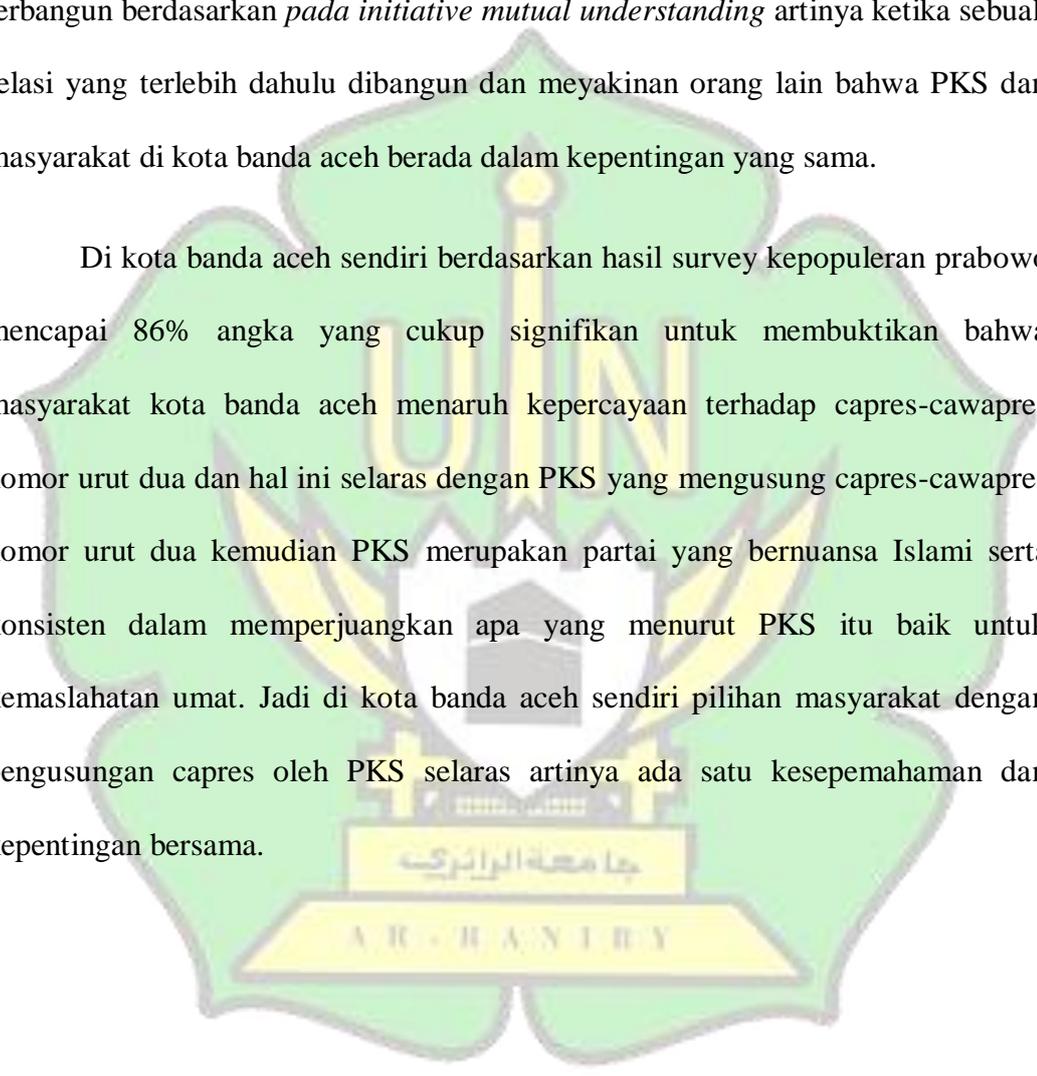
⁷⁶ <https://aceh.antaranews.com/amp/berita/pengamat-pilpres-berdampak-pada-perolehan-suara-partai> (diakses pada 11 Juli 2020, 06:56)

Agar memenangkan persaingan dalam politik partai harus bisa dapat memuaskan masyarakat luas, masyarakat membutuhkan produk politik seperti halnya harapan, program kerja, ideologi, serta sosok figure yang mampu memberikan kepastian di masa depan. Produk politik juga harus mampu dalam meyakinkan masyarakat bahwa inilah cara tepat yang ditawarkan kepada masyarakat saat adanya permasalahan.

Relasi publik bisa menjadi alternatif sebagai strategi komunikasi politik karena keunggulannya adalah menciptakan orang ketiga, *brand ambassador* seperti pada saat Sandiaga Uno datang ke Aceh dan mengunjungi pasar peunayong ini menjadi *brand ambasadornya* caleg PKS yang mampu mewakili organisasi politik membicarakan nilai-nilai politik yang akan disampaikan hingga kemudian menarik minat masyarakat. Cara Sandiaga berkomunikasi mudah diterima oleh masyarakat tidak heran bahwa citra Sandi sangat menonjol dikalangan ibu-ibu, saat Sandi berkunjung ke pasar peunayong, para ibu-ibu ini tidak sungkan dalam mengadu nasibnya kepada sandi artinya masyarakat menaruh harapan dan kepercayaan kepada Prabowo-Sandi maka ketika isu Islam yang dimunculkan masyarakat langsung bersama PKS untuk menentukan arah pilihan politik yang lebih baik. Prabowo-Sandi pada pemilu 2019 memunculkan *image* diri sebagai muslim yang saleh terlebih lagi ketika Prabowo bertemu dengan UAS (Ustad Abdul Somad) hal ini yang kemudian mampu surplus masyarakat untuk melirik dan bersimpati terhadap Prabowo terlebih lagi berdasarkan putusan Ijtima' Ulama untuk mendukung Prabowo-Sandi pada pemilu 2019.

Pada pemilu 2019 terjadi meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap PKS hal ini yang kemudian menjadi alternatif dari terciptanya Relasi Publik dimana PKS dapat membangun kesepemahaman antara *branding* yang mereka gunakan dengan pilihan publik, disini hadir keselarasan ketika Relasi Publik terbangun berdasarkan *pada initiative mutual understanding* artinya ketika sebuah relasi yang terlebih dahulu dibangun dan meyakinkan orang lain bahwa PKS dan masyarakat di kota banda aceh berada dalam kepentingan yang sama.

Di kota banda aceh sendiri berdasarkan hasil survey kepopuleran Prabowo mencapai 86% angka yang cukup signifikan untuk membuktikan bahwa masyarakat kota banda aceh menaruh kepercayaan terhadap capres-cawapres nomor urut dua dan hal ini selaras dengan PKS yang mengusung capres-cawapres nomor urut dua kemudian PKS merupakan partai yang bernuansa Islami serta konsisten dalam memperjuangkan apa yang menurut PKS itu baik untuk kemaslahatan umat. Jadi di kota banda aceh sendiri pilihan masyarakat dengan pengusungan capres oleh PKS selaras artinya ada satu kesepemahaman dan kepentingan bersama.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

5.1.1 *Branding* Prabowo-Sandi yang digunakan untuk mendukung kemenangan caleg PKS antara lain, menggunakan empat strategi yaitu *line Extension* tentunya dengan digunakan *flashmob* sebagai media kampanye terbuka maka akan menciptakan perluasan lini *brand* PKS, *Tagline* PKS ayo lebih baik, Adil Makmur bersama Prabowo-Sandi, #2019GantiPresiden #2019PilihPKS termasuk kedalam membangun sebuah *brand* sehingga masyarakat familiar kepada mereka. Kemudian yang kedua strategi *Brand Extension* atau strategi perluasan merek seperti *brand* yang digunakan oleh Tati Meutia terinspirasi dari *brandnya* Sandiaga sehingga mampu menarik minat masyarakat. Ketiga, *Multi Brand* Menciptakan citra sebagai partai yang berbasis Islam dan Pro rakyat serta Meningkatkan jiwa Militansi kepada kader dan yang keempat, *Co-Brand* (Program Bersama) wajib menyertakan capres cawapres nomor urut dua. PKS menjadi partai yang dinilai konsisten dan komitmen dalam mengusung, PKS mewajibkan seluruh kadernya yang maju dalam kontestasi pemilu 2019 untuk menyertakan capres cawapres nomor urut dua disetiap alat peraga kampanye.

5.1.2 Adanya pengaruh *branding* Prabowo-Sandi terhadap kemenangan caleg PKS dimata publik, hal ini bisa dilihat dari bagaimana citra, popularitas, karakter, hingga *track record* yang ada pada Prabowo-Sandi seolah

melekat pada diri caleg PKS. Kemudian bagaimana masyarakat menentukan arah pilihan politik yang sesuai dengan identitas atau keinginan masyarakat, hal inilah yang memiliki pengaruh besar terhadap pilihan masyarakat kepada Prabowo-Sandi dan PKS.



DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Cutlip, M Scot. Center H Allen dan Broom M Glen, 2009, *Effective public Relations edisi kesembilan*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Arendt Hannah, 1998, *The Human Condition 2nd* Introduction by Margaret Canovan, *University of Chicago Press*
- Darmadi Hamid, 2013, *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*, Bandung: Alfabeta
- Edward Djony, 2006, *Efek Bola Salju Partai Keadilan Sejahtera*, Bandung: PT. Syaamil Cipta media
- Haroen, Dewi, 2014, *Personal Branding Kunci Kesuksesan di Dunia Politik*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Mufti Muslan, 2014, *Teori-Teori politik*. Bandung:Pustaka Setia
- Mulyana Deddy, 2004, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya
- Rangkuti, Freddy. 2002. *The Power Brands*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Soehartono Irawan, 2004, *Metode Penelitian Sosial Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Bandung: Remaja Rosdakarya
- Wasesa, Silih Agung. 2011. *Political Branding & Public Relations*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama

Jurnal :

- Al-Hamdi Ridho. Erna Trianggorowati, 2019, *Strategi Kampanye Partai Islam: Kasus Partai Keadilan Sejahtera Pada Pemilu 2019*, Jurnal Tapis: *Jurnal Teropong Aspirasi Politik Islam* 16 (1) (2020)
- Alvin Silvanus, 2019, *Manajemen Citra Politik Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno melalui akun @Prabowo dan @Sandiuno*, Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Volume 13 Nomor 2

Diamond, Gunther, 2003, *Species of Political Party: A New Tipologies, Party Politics*, Volume 9 Nomor 2

Nurjaman Asep, 2014, *Party Survival: Strategi Meraih Kursi Di Era Reformasi*, Jurnal Humanity, Volume 9 Nomor 2

Sandra. Lidya Joyce, 2013, *Political Branding Jokowi Selama Masa Kampanye Pemilu Gubernur DKI Jakarta 2012 Di Media Sosial Twitter*, Jurnal E-Komunikasi, Volume 1 Nomor 2

Sobari, Wawan, 2014, *Elektabilitas dan Mitos Pemilih Rasional : debat hasil-hasil riset opini menjelang pemilu 2014*, Jurnal Penelitian Politik, Volume 10, Nomor 1 Juni

Skripsi dan Tesis :

Rubyanti, Rika, 2009, *Pengaruh Popularitas terhadap pilihan pemilih pemula (Fenomena masuknya artis dalam politik)*, Skripsi

Siregar, Fahmi Azhari, 2020, *Manajemen Citra PKS di Pemilu 2019*, Tesis

Yunus, Muh, 2015, *Pengaruh Politik terhadap Elektabilitas Calon anggota legislatif Partai Demokrat Dapil 2 pada Pemilu 2014 di Kota Makassar*, Skripsi

Zidni, Muhammad Ferdiansyah, 2014, *Perilaku pemilih (Dinamika pilihan rasional) dalam kemenangan Jokowi-Basuki pada pemilihan umum Gubernur DKI Jakarta 2012*, Skripsi

Perundang-Undangan :

Undang-undang nomor 7 tahun 2017 tentang Pemilu yaitu sebesar empat persen

UU pemilu Nomor 03 tahun 1999 yang menyatakan tentang syarat batas keikutsertaan partai politik (*Electoral Threshold*) pada pemilu selanjutnya yaitu 2%

Artikel/Website Resmi:

<http://pks.id/content/sejarah-ringkas>

<http://pks.id/content/visi-dan-misi>

<https://aceh.antaraneews.com/amp/berita/pengamat-pilpres-berdampak-pada-perolehan-suara-partai>

<https://acehonline.co/politik/pksklaim-raih-suara-terbanyak-di-banda-aceh>

<https://anterokini.com/2019/02/11/data-google-trends-pekan-ini-popularitas-prabowo-ungguli-jokowi/>

<https://kumparan.com/@kumparannews/memahami-lagi-alasan-pilpres-dan-pileg->

<https://lokadata.id/artikel/pks-sejahtera-berkat-titipan-suara>

[https://m.cnnindonesia.com/berita politik/ nasional/buah-manis-ketegasan-pks-jadi-oposisi](https://m.cnnindonesia.com/berita_politik/ nasional/buah-manis-ketegasan-pks-jadi-oposisi)

Saputra. Muhammad Irawan, 2012, *Political Branding*, Available:<http://muhammad irawan saputra.wordpress.com/tag/political-branding/>

<https://www.kanalaceh.com/2019/04/25/unggul-di-banda-aceh-pks-efek-flash-mob/amp/>



LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU PEMERINTAHAN
Jalan: Syekh Abdul Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telepon: 0651-7552921, 7551857 Fax. 0651-7552921
Homepage: www.ar-raniry.ac.id e-mail: fisip2@ar-raniry.ac.id

Nomor : B-882/Un.08/FISIP.1/PP.00.9/02/2020
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

24 April 2020

Kepada Yth,

di-

Tempat

Assalamua'alaikum Wr. Wb

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir perkuliahan pada Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry Banda Aceh, maka kami mohon kesediaan Bapak/Ibu dan atau yang mewakili agar sudi kiranya meluangkan waktu untuk mahasiswa kami melakukan wawancara dan pengambilan data yang dibutuhkan guna menyelesaikan tugas akhir dimaksud. Adapun data mahasiswa yang akan melaksanakan penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

Nama : Nyanyak Marawan Putri
NIM : 160801011
Jurusan : Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Judul : Branding Politik Calon Presiden Terhadap Meningkatnya Suara PKS di DPRK Kota Banda Aceh Pada Pemilu 2019.

Demikian, atas perhatian dan bantuan yang diberikan kami ucapkan terimakasih.

An. Dekan,
Bidang Akademik,





Nomor : 160/K/AA-09-PKS/1441

Banda Aceh, 25 Syawal 1441 H

Lampiran :

17 J u l i 2020 M

Perihal : **Pemberian Izin Penelitian**

Kepada Yth :

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Cq. Wakil Dekan Bidang Akademik.

Di -

Tempat

Assalaamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh

Segala puji bagi Allah SWT dan shalawat serta salam kepada Rasulullah Muhammad SAW.

Sehubungan dengan surat yang kami terima dari Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan dengan nomor: B-882/Un.08/FISIP.I/PP.00.9/02/2020 tanggal 24 April 2020 perihal Permohonan Izin Penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir yang berjudul: "Branding Politik Calon Presiden Terhadap Meningkatnya Suara PKS di DPRK Kota Banda Aceh Pada Pemilu 2019" yang diajukan oleh :

Nama : Nyanyak Marawan Putri
NIM : 160801011
Jurusan : Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan
UTN Ar-Raniry Banda Aceh

Maka kami Dewan Pengurus Daerah Partai Keadilan Sejahtera Kota Banda Aceh memberikan izin untuk penelitian tersebut serta telah melakukan wawancara pada hari Senin tanggal 8 Juni 2020 dan hari Jum'at tanggal 12 Juni 2020 di DPD PKS Kota Banda Aceh. Kami harapkan ketika skripsinya selesai untuk diperbanyak kepada kami i rangkap.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

**DEWAN PENGURUS DAERAH
PARTAI KEADILAN SEJAHTERA
KOTA BANDA ACEH**

Iwan Sulaiman
Ketua Umum

INSTRUMEN PENELITIAN

Daftar Pertanyaan Wawancara Untuk Pihak PKS:

1. PKS tahun 2019 mendeklarasikan diri untuk menjadi salah satu partai pengusung Calon Presiden dan wakil Presiden, Prabowo Subianto-Sandiaga Uno. Bagaimana cara kampanye dan branding politik yang dilakukan PKS sebagai strategi kemenangan pada pemilu 2019 ?
2. Apakah ada arahan khusus yang dilakukan pihak PKS terhadap para calon anggota legislatif pada saat berkampanye ?
3. Berapa targetan yang diberikan PKS terhadap perolehan suara calegnya di DPRK kota Banda Aceh ? Apakah targetan tersebut tercapai atau tidak ?
4. Tahun, ini PKS untuk tingkat Banda Aceh menjadi pemenang pemilu dengan peroleh suara 18.371 atau 15, 74 Persen dibandingkan pada tahun 2014 sebesar 13.33% naik 2.41%. Apakah ada perbedaan pola kampanye antara 2014 dengan 2019 ?
5. Setiap Caleg PKS yang berkampanye baik itu secara langsung maupun tidak langsung apakah pernah menyertakan calon presiden Prabowo Subianto-Sandiaga Uno dalam materi muatan kampanyenya ?
6. Apakah ada hubungan popularitas calon presiden terhadap perolehan kursi legislatif PKS ?
7. Kampanye sama seperti orang berjualan juga. Tentunya apa yang diminta masyarakat itu yang akan disuguhkan materi dalam kampanye. Apakah itu menjadi Alasan PKS menjadi partai pengusung ?

8. Bagaimana cara membedakan berkampanye PKS dengan partai lain, *branding* apa yang PKS jual sehingga banyak menarik minat masyarakat ?
9. Apakah ada simbiosis mutualisme antara capres dengan caleg PKS pada pemilu 2019 ?

Daftar Pertanyaan Wawancara untuk Pihak Akademisi:

1. Menurut Bapak peningkatan perolehan kursi PKS di Kota Banda Aceh ada hubungannya dukungan PKS terhadap pengusungan Prabowo-Sandiaga Uno sebagai calon presiden dan wakil presiden ?
2. Ketika menyebut PKS apakah ada sisi berbeda yang dirasakan masyarakat secara langsung misal cara kampanye mereka atau identitas mereka yang Islami ?

Daftar Pertanyaan Wawancara untuk Masyarakat:

1. pada pemilihan legislatif 2019 kemarin apakah bapak/Ibu memilih caleg dari Partai Keadilan Sejahtera ?
2. Apa yang menyebabkan Bapak/Ibu memilih caleg dari Partai Keadilan Sejahtera ?
3. Pada pemilu tahun 2014 yang lalu bapak/ibu memilih caleg dari partai Keadilan sejahtera atau dari partai yang lain ?
4. Pada pemilu 2019 untuk tingkat provinsi dan nasional apakah bapak/ibu memilih caleg dari partai Keadilan sejahtera atau dari partai lain ?
5. Pada pemilu 2019 untuk tingkat presiden siapa yang bapak/ibu pilih ?
6. Apakah bapak/ibu tahu bahwa PKS menjadi salah satu dari beberapa partai yang mengusung calon Presiden Prabowo Subianto-Sandiaga Uno pada pilpres 2019 ? Bahkan salah satu pengurus DPP PKS mencetuskan tagar 2019 ganti presiden ?

7. Jika Seandainya PKS tidak mengukung Prabowo-Sandi apakah bapak/ibu tetatp mau memilih PKS ?
8. Apakah posisi PKS sebagai salah satu partai pengukung calon Presiden Prabowo Subianto-Sandiaga Uno menjadi daya tarik Bapak/Ibu terhadap PKS ?
9. Bagaimana tata cara PKS berkampanye terhadap bapak/ibu ?
10. Apakah bapak/ibu suka dengan tata cara kampanye dari partai keadilan sejahtera ?
11. Apakah Bapak/Ibu pernah melihat caleg PKS menyertakan Prabowo-Sandi dalam materi muatan kampanyenya ?



DAFTAR BRANDING Capres Oleh PKS

 *faridnyakumar*



faridnyakumar Kader PKS membuat kehebohan melalui Flash Mob yang ...

 *faridnyakumar*



faridnyakumar Yuuk saksikan Aksi Flash Mob (FM) Kader PKS Kota Ban...

Flash Mob Yang dilakukan Oleh PKS

Sumber: Instagram Pribadi @faridnyakumar



Salah satu Caleg PKS yang menyertakan langsung Sandiaga

Sumber : Instagram Pribadi @IrwansyahST

8 PARTAI KEADILAN SEJAHTERA **PKS**
Ayo Lebih Baik

2 PRABOWO SANDI
CAPRES-CAWAPRES RI 2019-2024
#2019PILIHPKS
Untuk Banda Aceh Yang Lebih Baik

Mohon Doa dan Dukungan

Tapeujroeh Mak emak Aceh

2 TATI MEUTIA ASMARA, S.KH., M.Si.

CALON ANGGOTA DPRK BANDA ACEH DAPIL IV (BANDA RAYA - JAYA BARU) PERIODE 2019 - 2024

Baliho salah satu caleg PKS yang menyertakan Prabowo-Sandi

Sumber: Instagram pribadi @TatiMeutiaAsmara

8 PARTAI KEADILAN SEJAHTERA **PKS**
Ayo Lebih Baik

#2019PILIHPKS

ADIL MAJU MUR **PRABOWO SANDI**
#2019PILIHPKS #2019PrabowoSandi

DUKUNGAN
HABIB RIZIEQ SHIHAB (HRS) KEPADA
HABIB DR. SALIM SEGAF AL-JUFRI
UNTUK MENEMUKAN INSIDU PERUSAHAAN
*17 APRIL 2019

Saya sampaikan kepada pengurus dan aktivis FPI seluruh Indonesia untuk bekerja sama dengan PKS didalam membela agama, bangsa dan negara dan mengawal hasil ijtima ulama serta memenangkan Pilpres dan Pileg 2019.

Habib Rizieq Shihab (HRS)

Partai Keadilan Sejahtera @PKSejahtera pk_sejahtera www.pks.id PKS PKSFoto pksart

Sumber : Instagram PKS @PK_Sejahtera

Dokumentasi Wawancara



Iwan Sulaiman
Ketua DPD PKS Kota Banda Aceh, 08 Juni 2020



Ramzi Murziqin S.H.I., M.A, Akademisi, 11 Juni 2020



Irwansyah S.T
Sekretaris DPD PKS Kota Banda Aceh/Legislatif Terpilih Dapil IV, 12
Juni 2020



Dr. Effendi Hasan M.A (Pengamat Politik, 16 Juni 2020)



Ardi (Manager Dapil IV, 17 Juni 2020)



Faisal (DPC PKS Jaya Baru, 20 Juni 2020)



Sukarsih (Masyarakat Kecamatan Jaya Baru, 22 Juni 2020)



Beti Agustina (Masyarakat Kecamatan Banda Raya, 22 Juni 2020)



Azhari, (Masyarakat Kecamatan Banda Raya, 22 Juni 2020)



Silfi, (Masyarakat Kecamatan Banda Raya, 22 Juni 2020)



Ridwan, (Masyarakat Kecamatan Banda Raya, 22 Juni 2020)



Ema, ((Masyarakat Kecamatan Jaya Baru, 22 Juni 2020)



Fikriadi, (Masyarakat Kecamatan Jaya Baru, 22 Juni 2020)



Aslianti dan Isa Ansari, (Masyarakat Kecamatan Jaya Baru, 11 Juli 2020)

