



.....
**STRATEGI KOMUNIKASI PEMENANGAN PASANGAN SYAFRUDIN-SUBARDI DALAM
PEMILIHAN UMUM KEPALA DAERAH KOTA SERANG 2018-2023**

Oleh
Ade Tri Kusuma
Universitas Diponegoro
Email: Kusumaadetri@gmail.com

Abstract

The post-reformation of democratic growth in Indonesia has a very high increase. One developing democracy is the election to the regions. In the regional head election process, several factors need to be considered to facilitate the net's objectives. Political communication is one of the most important indicators to get the sympathy of the people to achieve victory in the election. The recapitulation results in the Serang City Regional Election Commission (KPUD) vote, in the election of Mayor and Deputy Mayor of Serang City, set the pair number 03 Syafrudin-Subadri as Mayor and Deputy Mayor elected Serang City 2018-2023, by gaining 108,988 votes to defeat the pair number Syafrudin-Subadri as Mayor and Deputy Mayor elected Serang City 2018-2023, by obtaining 108,988 votes to defeat the pair number other sequences 02 Vera Nurlaela-Nurhasan 90,104 votes, 01 Samsul Hidayat-Rohman with 82,144 votes. This study aims to determine the winning strategy of the Syafrudin-Subadri pair in the election of Mayor and Deputy Mayor of Serang City 2018-2023. This research uses the descriptive qualitative method. Data obtained through interviews with the winning team and the elements that are considered relevant to this research. The results of the study revealed that the communication strategy of winning Syafrudin and Subadri in the Serang city elections in 2018-2023, by building Religious Character and People's Merakyat, establishing closeness and opening friendship to areas that were not a supporting base, created a persuasive political message to be able to get the attention of the public and the most effective use of media in the campaign period to spread their political message to the people of Serang City.

Keywords: Campaign, General Election of The Regional & Winning Communication Strategy.

PENDAHULUAN

Pascareformasi, pertumbuhan demokrasi di Indonesia memiliki peningkatan yang sangat tinggi. Sebuah kegiatan politik begitu cair dinikmati setiap orang, masing-masing individu juga memiliki ekspresi kebebasan yang membuat banyak masyarakat semakin terbuka lebar untuk bisa melakukan aktivitas politik secara terbuka (Tabroni, 2012: 53). Pemilihan Umum, atau yang biasa dikenal sebagai Pemilu dalam pasal 1 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang pemilihan Umum, merupakan sebuah sarana dari kedaulatan rakyat untuk bisa menentukan sendiri para anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Anggota Dewan Perwakilan Daerah, Pemimpin dan Wakil Pemimpin Daerah hingga Memilih Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia

berdasarkan Undang-Undang Dasar Tahun 1945. (Amal, 2018: 144)

Salah satu pemilihan Umum yang paling banyak diperhatikan masyarakat adalah Pemilukada atau yang dikenal juga dengan Pemilihan Umum Kepada Daerah. Sejak runtuhnya rezim Soeharto terjadi perubahan Undang-Undang tentang Pemerintah Daerah yang dahulu mengacu kepada Undang-Undang No 22 tahun 1999 yang kini beralih ke Undang-Undang No 32 tahun 2004 (Amal, 2018: 83). Hasil dari perubahan ini memperlihatkan adanya geliat baru dalam dunia perpolitikan di Indonesia khususnya yang terjadi di daerah-daerah. Undang-Undang No 32 Tahun 2004 mencoba menjelaskan secara umum bahwa pembentukan daerah memiliki tujuan untuk bisa mengembangkan kemampuan serta



menambahkan pelayanan hingga memperlancar kemajuan masyarakat di berbagai daerah. Selain itu pemerintah pusat juga ingin memperkenalkan sebuah pendidikan berpolitik di tingkat daerah. Marsono (dalam Qalbi, 2015: 232).

Pada tahun 2018, Hasil rekapitulasi pada suara Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPU) Kota Serang pada pemilihan Walikota dan wakil Walikota Kota Serang menetapkan pasangan nomor urut 03 Syafrudin-Subadri sebagai Walikota dan wakil Walikota terpilih Kota Serang Periode 2018-2023, dengan memperoleh 108.988 suara mengalahkan pasangan nomor urut lainnya 02 Vera Nurlaela-Nurhasan 90.104 suara, 01 Samsul Hidayat-Rohman dengan 82.144 suara. (diakses tanggal 10 Maret 2019 <https://kpu-serangkota.go.id/>)

Hal yang membuat pemilihan pilkada Kota Serang menjadi menarik adalah ketika tim pemenang pasangan Syafrudin-Subadri, mampu mengalahkan dominasi keluarga besar Ratu Atut dalam pusaran politik keluarga di Provinsi Banten. Kandidat dengan nomor urut 02 Vera Nurlaela merupakan istri dari Walikota Serang Aktif Periode 2013-2018 (*Incumbent*) yaitu Tubagus Haerul Jaman yang tidak lain merupakan adik kandung dari mantan Gubernur Banten Ratu Atut Chosiyah. Dengan dilatar belakangi oleh kultur budaya politik Banten yang Oligarki serta banyaknya partai pendukung seperti Golkar, PDIP, Gerindra, Demokrat, PKB, Nasdem, PKPI dan PBB. Sedangkan Syafrudin-Subadri hanya dilatar belakangi oleh empat partai yaitu PKS, PPP, PAN dan Hanura (diakses tanggal 10 maret 2019 <https://www.kabar-banten.com/kejutan-pilkada-kota-serang/>). Tentu saja diatas kertas kemenangan kandidat nomor urut 02 Vera Nurlaela-Nurhasan akan mudah terwujud, belum lagi status Vera Nurlaela adalah istri dari walikota sebelumnya (*incumbent*).

Dalam proses pemilihan umum kepala daerah, ada beberapa faktor yang sangat perlu diperhatikan untuk bisa memperlancar jalannya tujuan. Komunikasi politik merupakan salah satu indikator terpenting untuk bisa mendapatkan simpati masyarakat guna mencapai kemenangan

dalam pemilihan. Menurut Almond dan Powell (dalam Tabroni, 2012: 18) Komunikasi politik adalah fungsi yang selalu ada dalam proses penyampaian pesan-pesan dalam sistem politik, komunikasi politik sejatinya sebuah usaha untuk dapat menyamapaikan sebuah gagasan yang terjadi pada saat enam fungsi lainnya itu dijalankan, yaitu sosialisasi dan rekrutmen politik, artikulasi kepentingan, agregasi kepentingan, membuat peraturan, aplikasi peraturan dan adjudikasi peraturan.

Untuk memperkuat tulisan ini penulis menambahkan beberapa teori untuk memperkuat pembahasan. Pertama, Komunikasi Politik Menurut Plano (dalam Tabroni, 2012: 18) adalah sebuah usaha untuk memberikan fungsi bagi partai politik sebagai penyebaran pesan yang bersangkutan dengan fungsi suatu sistem politik, melibatkan unsur-unsur komunikasi, seperti komunikator, pesan dan hal-hal lainnya. Sedangkan menurut Sumarno (dalam Harun dan Sumarno, 2006: 5) komunikasi politik merupakan sebuah usaha dalam melancarkan rencana guna membentuk sebuah perilaku politik yang saling terintegritas ke dalam suatu sistem politik dengan menggunakan simbol-simbol didalamnya.

Ada beberapa fungsi dari komunikasi politik, salah satunya menurut Ardial (dalam Tabroni, 2012: 19) menyebutkan bahwa Komunikasi politik merupakan sebuah bagian penting dari proses penentu keberhasilan fungsi-fungsi lainnya, dengan kata lain bahwa keberhasilan penyampaian pesan politik dalam fungsi menentukan keberhasilan pelaksanaan fungsi yang bersangkutan. Hal ini juga dipertegas oleh Bungin (2018: 175) tentang komunikasi politik yang memungkinkan para elite politik menyediakan ruang publik untuk berkomunikasi dan saling menjajaki bagaimana melihat kemungkinan-kemungkinan mereka bertemu dan saling berinteraksi dan membicarakan masalah-masalah yang terjadi di masyarakat, untuk secara bersama-sama melakukan hal-hal strategis di waktu ini dan akan datang.

Disisi lain Menurut Almond dan Powell (dalam Tabroni, 2012: 18) Komunikasi politik

<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>



adalah fungsi yang selalu ada dalam proses penyampaian pesan-pesan dalam sistem politik, komunikasi politik sejatinya sebuah usaha untuk dapat menyampaikannya sebuah gagasan yang terjadi pada saat enam fungsi lainnya itu dijalankan, yaitu sosialisasi dan rekrutmen politik, artikulasi kepentingan, agregasi kepentingan, membuat peraturan, aplikasi peraturan dan ajudikasi peraturan. Sedangkan menurut Susanto (dalam Tabroni, 2012: 19) yang menyebutkan bahwa komunikasi politik merupakan sebuah usaha untuk mengarahkan kepada pencapaian yang memiliki tujuan untuk mempengaruhi sedemikian rupa sehingga masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi ini, dapat menyebar serta diingot oleh semua lapisan masyarakat melalui sanksi yang ditentukan bersama oleh lembaga-lembaga politik.

Kedua, dalam membantu sebuah komunikasi politik yang baik, tentunya para politisi memerlukan penggunaan media massa yang efektif. Menurut Ardial (2010: 162) memberikan penjelasan bahwa penggunaan media massa dalam komunikasi politik, merupakan sebuah usaha untuk membangun sebuah citra pada individu yang sedang membangun citra positif guna mendapatkan simpati dari masyarakat umum. Komunikasi politik dengan media massa dapat dikatakan sebagai Komunikasi massa, selain itu komunikasi massa juga diperlihatkan dengan ciri-ciri terbaru dan dapat dipercaya. Hasil dari komunikasi massa adalah sifat aktualitas, dengan kata lain baru terjadi dalam jangka waktu, terjadi dari segi substansi. Itulah sebabnya komunikasi massa sangat erat dengan komunikasi politik.

Lilleker dan Negrine dalam Firmansah (2008: 271) menambahkan bahwa sebuah usaha dalam kampanye politik merupakan periode dalam diberikan oleh panitia pemilu kepada semua kontestan. Hal ini dilakukan guna memberikan kesempatan untuk bisa menjelaskan tentang hal-hal apa saja yang akan dilakukan untuk kemajuan masyarakat serta mempengaruhi opini publik sekaligus membangun kuasa atas pilihan politik dimasyarakat dalam masa

<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>

Open Journal Systems

pemilihan. Sehingga kampanye politik dapat dilihat sebagai suatu aktivitas pengumpulan massa, orasi politik dan penggunaan atribut dalam mensosialisasikan tokoh dan partai politik didalamnya.

Fimansah (2008: 265) juga menyebutkan sebuah kunci dari persaingan politik adalah penggunaan media massa yang bertujuan untuk bisa menyampaikan pesan politik dari dan ke masyarakat secara luas. Pentingnya peranan media massa juga memperlihatkan bahwa partai politik tidak akan bisa berjalan tanpa bantuan media massa, karena merekalah salah satu profesi yang akan membangun sebuah komunikasi dengan masyarakat secara luas dan cepat.

Ketiga, Kunci lain dalam membangun kepercayaan masyarakat adalah melakukan pemasaran politik yang tepat sasaran. Tabroni (2012: 126) menjelaskan bahwa pemasaran politik adalah sebuah usaha untuk membangun aktivitas terencana secara taktis, selain itu penggunaannya juga bersifat jangka panjang. Tujuan dari pemasaran politik adalah membentuk dan menanamkan harapan, sikap, pada orientasi para pemilih, yang diharapkan akan memberikan dukungan.

Menurut Firmansah (dalam Tabroni 2012:134) Pemasaran komunikasi politik menyediakan perangkat teknis dan metode pemasaran lainnya dalam dunia politik. Kontribusi dalam pemasaran dalam dunia politik terletak pada strategi untuk dapat memahami dan menganalisis apa saja yang perlu diperhatikan untuk bisa mendapatkan simpati pemilih.

Firmansah (dalam tabroni 2012: 123) kembali menekankan bahwa pemasaran politik memiliki peranan yang akan membangun sebuah proses terciptanya tatanan demokrasi yang baik. Negara maju dan partai politiknya sebisa mungkin mengerahkan kemampuan mereka dalam teknik pemasaran untuk dimasukkan kedalam kehidupan politik. Dengan demikian pemasaran politik mencoba memoles para politisi untuk bisa dijual kemasyarakat luas.

Dalam membangun pemasaran politik perlu efektif, partai politik dan politisi perlu juga mengelompokkan target sasaran dan pemilihan



pesan yang akan disampaikan kepada pemilih. Nursal (dalam Tabroni 2012: 128) mencoba menekankan aspek penting dalam pemasaran politik.

1. Pemasaran politik bertitik dari konsep meaning (makna) yang artinya sebuah makna terbentuk oleh stimulus politik yang diterima berupa komunikasi politik baik dalam verbal dan non-verbal.
2. Sebuah makna terbentuk dari stimulus berupa persepsi yang pada kenyataannya bukan merupakan sebuah opini yang benar-benar dirasakan.
3. Sebuah pemikiran merupakan bentuk dari hasil interaksi antara stimulus politik dengan kesadaran kognitif atau alam bawah sadar tiap individu.
4. Hasil dari pembentukan makna pada akhirnya akan membentuk sebuah stimulus politik yang akan mencoba mempengaruhi sikap, aspirasi dan perilaku politik termasuk keinginan memilih pilihan politik.

Kemenangan pasangan Syafrudin-Subadri dengan mengalahkan keluarga besar Ratu Atut memberikan sebuah iklim baru dari peta politik provinsi Banten. Kemenangan yang didapatkan Syafrudin-Subadri tidaklah mudah, perlu usaha pertimbangan yang pasti sebelum menyusun strategi komunikasi politik yang nantinya akan berdampak pada hasil maksimal dalam menarik simpati masyarakat.

Dari hasil ini kemudian memperlihatkan sebuah permasalahan menarik untuk dibahas: *Bagaimana strategi komunikasi politik yang dilakukan pasangan Syafrudin-Subadri dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah Kota Serang Tahun 2018*. Strategi komunikasi politik yang dimaksud adalah strategi untuk mendapatkan kemenangan dalam Pemilukada Kota Serang tahun 2018 yang dilakukan oleh pasangan Syafrudin-Subadri tahun 2018.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dimana penulis mendeskripsikan atau mengkonstruksi

wawancara-wawancara mendalam terhadap subjek penelitian. Penelitian ini dilaksanakan dirumahtimsuksesdariSyafudin-Subadri JL Veteran, Kel. Panancangan, No 123 KecamatanCipocok Jaya, Serang-Banten. SubjekpenelitianiniadalahtimsuksesdariSyafudin-Subadridenganobjek yang ditelitiadalahstrategiKomunikasiPemenanganWalikota dan Wakil Walikota Kota Serangperiode 2018-2023.

HASIL DAN PEMBAHASAN.

Melihat beberapa kegiatan yang dilakukan oleh pasangan Syafrudin-Subadri pada Pemilu Walikota dan Wakil Walikota Kota Serang 2018-2023 memperlihatkan telah terjadinya penerapan strategi komunikasi politik tersendiri, di antaranya adalah : *Membangun Karakter Religius dan Masyarakat, Menjalin Kedekatan Pada Wilayah Non-Basis Pendukung, Menyusun Pesan Politik Persuasif, Strategi Pemanfaatan Media*. Dari hasil yang telah diuraikan bagaimana pemilihan strategi komunikasi politik dari pasangan Syafrudin-Subadri dalam memenangkan pemilukada di Kota Serang tahun 2018, dapat dianalisis sebagai berikut :

a. Membangun Karakter Religius dan Masyarakat.

Dalam membangun sebuah keberhasilan dalam kemenangan Pilkada diperlukan beberapa langkah yang tepat dalam merencanakan strateginya. Pasangan Syafrudin-Subadri dalam pilkada Walikota Serang 2018-2023 mencoba membangun karakter yang lebih religius dengan sering datang ke berbagai acara keagamaan. Hal ini juga disampaikan oleh informan yang juga sebagai tim sukses kemenangan yang mengatakan bahwa

“untuk membangun sebuah karakter yang kuat kami selalu mengusahakan untuk membangun kedekatan dengan masyarakat untuk bisa terlibat langsung dalam berbagai kegiatan yang kami lakukan, lalu kami juga mengusahakan datang ke beberapa



pengajian masyarakat dan ikut serta dalam kegiatan keagamaan masyarakat kota serang yang insyallah akan membentuk karakter pemimpin yang religius”.

Selain membentuk karakter sebagai harapan baru bagi masyarakat Kota Serang, informan dari tims sukses pasangan Syafrudin dan Subadri menambahkan bahwa mereka akan membentuk sebuah karakter yang terbuka dan akan membawa mereka lebih dekat dengan masyarakat dengan berbagai golongan.

“untuk membangkitkan kedekatan dengan masyarakat, kami akan membentuk pendekatan yang akan dinilai baik oleh warga kota Serang, pak Syafrudin dan pak Subadri secara rutin akan turun kelapangan untuk bertemu langsung dengan masyarakat terkait masalah dan apa saja program yang dirasakan pas untuk nanti dibuat, terus kami juga secara terbuka selalu menerima kedatangan masyarakat ke posko tim untuk berdiskusi dengan kami, secara tidak langsung hal ini kan akan membangun karakter yang lebih merakyat.”

Pernyataan yang disampaikan oleh informan diperkuat oleh teori komunikasi politik dari Ardial (dalam Tabroni, 2012: 19) menyebutkan bahwa Komunikasi politik merupakan sebuah bagian penting dari proses penentu keberhasilan fungsi-fungsi lainnya, lebih dari itu fungsi komunikasi politik akan membentuk sebuah karakter yang akan diingat oleh masyarakat. Dengan kata lain bahwa keberhasilan penyampaian pesan politik dalam fungsi menentukan keberhasilan pelaksanaan fungsi yang bersangkutan.

b. Menjalinkan Kedekatan Pada Wilayah Non-Basis Pendukung.

Membangun sebuah hubungan yang harmonis dengan masyarakat merupakan sebuah langkah awal untuk para calon pemimpin agar mampu mendapatkan suara serta kepercayaan. Hal ini tentunya dilakukan juga oleh pasangan Syafrudin-Subadri dalam memenangkan

pilkada Walikota Serang. Informan yang berasal dari tim sukses mengatakan bahwa pasangan Syafrudin-Subadri mencoba membangun kedekatan dengan masyarakat melalui proses turun langsung ke beberapa wilayah yang dirasa bukan basis dari pendukungnya untuk menjalin ikatan silaturahmi dan mencoba mengenalkan diri mereka secara baik.

“Untuk mengenalkan diri kita kepada wilayah yang dinilai bukan basis dari pendukung kita, sebisa mungkin kita datang langsung kesana untuk mengenalkan diri dan mencoba membangun hubungan yang baik dengan masyarakat, dengan harapan wilayah yang bukan basis dari setidaknya lebih dahulu membangun hubungan yang baik, dan jika itu berhasil tidak menutup kemungkinan wilayah itu akan kita dapati”.

Pernyataan yang disampaikan oleh informan diperkuat oleh teori komunikasi politik dari Susanto (dalam Tabroni, 2012: 19) yang menyebutkan bahwa komunikasi politik merupakan sebuah usaha untuk mengarahkan kepada pencapaian yang memiliki tujuan untuk mempengaruhi sedemikian rupa sehingga masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi ini, selain komunikasi politik juga dapat mendekatkan partai politik atau politisi dengan masyarakat agar pesan yang disampaikan dapat menyebar serta diingat oleh semua lapisan masyarakat melalui kebijakan yang ditentukan bersama oleh lembaga-lembaga politik.

c. Menyusun Pesan Politik Persuasif

Keberhasilan dalam penyampaian sebuah pesan sangat bergantung dari isi dan makna yang terkandung di dalamnya. Banyak pertimbangan serta strategi khusus untuk mampu menjadikan pesan sebagai salah satu indikator dalam keberhasilan dalam menyampaikan pesan politik kepada masyarakat luas. Dalam Pilkada Walikota Serang 2018, pasangan Syafrudin-Subadri melalui informan yang juga tim sukses pemengangan mengatakan bahwa pesan kampanye politik yang dilakukan oleh tim haruslah memiliki arti dan makna yang



merepresentasikan kedaerahan untuk bisa lebih dikenal dengan masyarakat.

“untuk lebih dikenal dengan masyarakat kita menciptakan sebuah slogan yang dirasa cukup dekat dengan warga kota serang, slogan yang kita buat adalah “Aje Kendor”, hasilnya kita nanti akan diingat dengan slogan ini”.

Sebuah pesan yang bersifat persuasif pada akhirnya akan membawa kepada dampak positif ketika berhasil diingat oleh target sasaran. Selain itu informan juga menjelaskan bahwa pembuatan misi yang akan disampaikan akan menyesuaikan dengan kondisi masing-masing daerah.

“dalam menyampaikan misi kita dalam masa kampanye, kita akan mengikuti kondisi daerah masing-masing, hal itu karena kita ingin pesan yang kita sampaikan kepada masyarakat akan mampu diserap dengan jelas dan mampu menjadi alasan mereka untuk mempertimbangkan pasangan Syafrudin-Subadri sebagai pilihan.”

Pada hasil wawancara yang dikemukakan oleh narasumber sangat jelas menggambarkan bagaimana tim sukses dari pasangan Syafrudin-Subadri mencoba memaksimalkan pesan yang bersifat persuasif untuk mendapatkan perhatian lebih dari pemilih, selain itu penggunaan pesan yang bersifat persuasif mendorong para pemilih untuk bisa merasakan tujuan politik mereka. Hal ini dapat dikaitkan dengan pemasaran politik perlu efektif yang dijelaskan oleh Nursal (dalam Tabroni 2012: 128) mencoba menekankan aspek penting dalam pemasaran politik.

1. Pemasaran politik bertitik dari konsep meaning (makna) yang artinya sebuah makna terbentuk oleh stimulus politik yang diterima berupa komunikasi politik baik dalam verbal dan non-verbal.
2. Sebuah makna terbentuk dari stimulus berupa persepsi yang pada kenyataannya bukan merupakan sebuah opini yang benar-benar dirasakan.

3. Sebuah pemikiran merupakan bentuk dari hasil interaksi antara stimulus politik dengan kesadaran kognitif atau alam bawah sadar tiap individu.

4. Hasil dari pembentukan makna pada akhirnya akan membentuk sebuah stimulus politik yang akan mencoba mempengaruhi sikap, aspirasi dan perilaku politik termasuk keinginan memilih pilihan politik.

d. Strategi Pemanfaatan Media.

Era digital mewajibkan para partai politik dan politisi untuk bisa dengan terampil dalam menggunakan media sebagai saluran penyebaran disaat masa kampanye berlangsung. Penggunaan media bertujuan untuk menyebarkan secara luas pesan politik yang akan diberikan kepada para pemilih dan masyarakat. Dalam pemilu Walikota dan Wakil Walikota Kota Serang 2018, informan yang juga sebagai tim sukses pasangan Syafrudin-Subadri menyampaikan bahwa pemilihan media komunikasi mereka yang mereka gunakan berdasarkan nilai fungsinya, seperti lebih memilih korang-korang lokal dan televisi lokal dan konten yang dimuat dalam sosial media seperti instagram, facebook dan *whatsapp*.

“kami dari pasangan Syafrudin-Subadri selalu mempertimbangkan bagaimana pemilihan media untuk kami gunakan kedepannya, kami menilai untuk penggunaan media lebih cocok untuk menggunakan media lokal saja, karena toh target kita kan masyarakat kota Serang ajah, jadi kita gunakan koran lokal Radar Banten dan Radio Mega Suara aja”.

Sosial media tidak dapat diragukan lagi untuk saat ini sebagai alat yang cukup efektif dalam menyebarkan pesan yang telah disiapkan oleh tim sukses dari Syafrudin-Subadri. Informan juga menambahkan bahwa mereka telah menyiapkan beberapa konten sosial media dan beberapa pesan berantai yang akan disebarluaskan guna menarik simpati dan dukungan dari para pemilih di kota Serang.

“sosial media kita juga membentuk tim khusus yang diisi anak-



anak muda lah, mereka diminta untuk membantu membuat kampanye yang bersifat lebih moderen yang ngikutin zaman sekarang ajah, kita juga minta dimasukan juga ke facebook, instagram dan WA biar masyarakat lebih mudah mengenal pak Syafrudin sama pak Subadri.” untuk tim

Dari wawancara yang dilakukan dari narasumber memperlihatkan bahwa strategi pemilihan media sangat diperlukan untuk bisa membuat proses pengenalan pasangan Syafrudin-Subadri lebih efektif dan diterima oleh para pemilih di kota Serang. Hal lain juga menunjukkan bahwa peran media lama dan media baru harus sama-sama diperhatikan guna mendapatkan hasil yang maksimal. Strategi ini dapat dilihat dari Fimansah (2008: 265) juga menyebutkan sebuah kunci dari persaingan politik adalah penggunaan media massa yang bertujuan untuk bisa menyampaikan pesan politik dari dan ke masyarakat secara luas. Pentingnya peranan media massa juga memperlihatkan bahwa partai politik tidak akan bisa berjalan tanpa bantuan media massa, karena merekalah salah satu profesi yang akan membangun sebuah komunikasi dengan masyarakat secara luas dan cepat.

Dari sudut pandang lain Bungin (2018: 57) juga menambahkan bahwa media massa telah memainkan peran yang sangat besar bagi tokoh politik dan partai politik. Hal ini terjadi karena media massa mampu mengkonstruksi citra diri dan citra partai politik agar menarik hati pemilih, dimulai dari paradigma kampanye di jalan yang telah bergeser ke media massa dan teknologi komunikasi lainnya.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh pasangan Syafrudin-Subadri dalam Pilkada Kota Serang Tahun 2018 mencoba membentuk Karakter Religius dan Masyarakat,
2. Strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh pasangan Syafrudin-Subadri dalam Pilkada Kota Serang Tahun 2018

membangun kedekatan dan membuka silaturahmi kepada daerah-daerah yang bukan merupakan basis pendukung untuk bisa mendapatkan suara dan perhatian.

3. Strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh pasangan Syafrudin-Subadri dalam Pilkada Kota Serang Tahun 2018 menciptakan sebuah pesan politik yang bersifat persuasif untuk bisa mendapatkan perhatian masyarakat dan menjadi kalimat pengenal dalam proses pemilu Kota Serang.
4. Strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh pasangan Syafrudin-Subadri dalam Pilkada Kota Serang Tahun 2018 adalah strategi pemanfaatan media yang paling efektif dalam masa kampanye untuk menyebarkan pesan politik mereka kepada masyarakat Kota Serang, baik berupa media lokal seperti koran lokal dan radio lokal serta membangun konten media sosial dalam bentuk Whatsup, Instagram dan facebook.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Amal, Bakhurl. (2018). *Hukum dan Masyarakat*. Yogyakarta: Thafa Media.
- [2] Ardial, 2010. *Komunikasi Politik*, Jakarta : Indeks.
- [3] Andrianus, Toni Pito dkk, (2006). *Andrianus Mengenal Teori-Teori Politik dari Sistem Politik sampai Korupsi*. Bandung: Penerbit Nusantara.
- [4] Bungin, Burhan. (2013). *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- [5] Djuyandi, Yusa. (2017). “*Komunikasi Politik Tim Pemenagan Hendra Hemeto Dalam Pemilihan Ketua DPD II Partai Golkar Kabupaten Gorontalo Periode 2016-2021*”. *Jurnal Wacana Politik*, Vol, 2 (Maret 2017), 10-21.
- [6] Effendy, O.U. (2005). *Ilmu Komunikasi dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Karya.
- [7] [Evan, \(2013\). Silsilah Dinasti Banten, Abah Chasan dan Para Istri. Diakses melalui https://nasional.tempo.co/read/519657/silsilah-dinasti-banten-abah-](https://nasional.tempo.co/read/519657/silsilah-dinasti-banten-abah-chasan-dan-para-istri)



- [chasan-dan-para-istri](#), tanggal 23 April 2019.
- [8] Fatimah, Siti. (2018). “Kampanye Sebagai Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu” *Jurnal Interaksi*, Vol, 1 (Juni 2018), 5-16.
- [9] Firmanzah, (2008). *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*, Edisi Kedua, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta.
- [10] Gifary dan Kurnia. (2015). “Intensitas pengguna smartphone terhadap perilaku komunikasi”, *Jurnal Sositologi*, Vol, 14 (Agustus 2015), 170-178.
- [11] Harun, Rochajat dan Sumarno (2006). *Komunikasi Politik Sebagai Suatu Pengantar*. Bandung, C.V. Mandar Maju.
- [12] Iqbal, M. (2018). 10 Nama di Dinasti Ratu Atut: Anak, Adik, hingga Mantu. Diakses melalui <https://news.detik.com/berita/d-4121115/10-nama-di-dinasti-ratu-atut-anak-adik-hingga-mantu>, tanggal 10 Maret 2020.
- [13] [Komisi Pemilihan Umum. \(2018\). Hasil Rekapitulasi Pilkada Kota Serang. Diakses melalui https://kpu-serangkota.go.id/](#), tanggal 10 Maret 2019.
- [14] Napitupulu, E.W.B. (2013). “Strategi Komunikasi Politik dan Pemenangan Pemilu (Studi Kasus Strategi Komunikasi Politik Hulman Sitorus, SE dan Drs. Koni Ismail Siregar pada Masa Kampanye Pemilihan Umum Kepala Daerah Pematangsiantar 2010)”. *Jurnal Ilmu Komunikasi Flow*, Vol. 2, No. 7, 1-9.
- [15] Rachmiatie, A., dkk. (2013). “Strategi Komunikasi Politik dan Budaya Transparansi Partai Politik”. *Mimbar*, Vol. 29 No. 2, 123-132.
- [16] Rosit, M. (2012). “Strategi Komunikasi Politik dalam Pilkada. (Studi Kasus Pemenangan Pasangan Kandidat Ratu Atut dan Rano Karno Pada Pilkada Banten 2011)”. Tesis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia. Jakarta: Universitas Indonesia.
- [17] Tabroni, Roni. (2012). *Komunikasi Politik Pada Era Multimedia*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [18] Qalbi, Nurul. (2015). “Strategi Komunikasi Politik dan Pemenangan Pasangan Muhammad Ramadhan Pomanto-Syamsu Rizal Dalam Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Makassar”. *Jurnal Sosial Ilmu Politik*, Vol 1 (Desember 2015).