

## STARTEGI KOMUNIKASI POLITIK PARTAI ISLAM

Marwah Mukarromah<sup>1</sup> dan Ilah Holilah<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup> Mahasiswa KPI UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten

<sup>2</sup> Dosen KPI UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten

\*Corresponding author:

Ilah.holilah@uinbanten.ac.id

### Abstract

*The strategy in facing the Legislative Election is a challenge for the contestants in making careful, precise, and effective planning. The plan was drawn up and implemented by the campaign team with the aim of winning. Their target is to gain support from voters and increase electability. This is expected to influence the vote acquisition and determine the contestants' victory, in this case the Islamic Political Party. This article is based on field research to obtain a clear picture of the existence of Islamic Political Parties, in this case PPP, in Serang City. Some of the important points examined in this article are the strategies implemented by the Political Parties, the obstacles that occur in the field, and the opportunities that will be obtained if the political strategy is implemented. In addition, field data is also used to view and photograph the real political behavior of the people of Serang city in the 2014 Legislative Election. PPP political communication in obtaining votes and increasing electability uses several strategies, from interpersonal communication with figures, institutions -religious institutions, as well as patrons in the community. However, funding constraints and exposure to political news have contributed to eroding the votes acquired and hindering the increase in party electability.*

**Keywords:** *Political Communication, Legislative Election, Islamic Party, Serang City*

### Abstrak

*Strategi dalam menghadapi Pemilu Legislatif merupakan tantangan bagi para kontestan dalam membuat perencanaan yang cermat, tepat, dan efektif. Perencanaan tersebut disusun dan dilaksanakan oleh tim kampanye dengan tujuan meraih kemenangan. Target mereka adalah memperoleh dukungan dari pemilih dan meningkatnya elektabilitas. Hal tersebut diharapkan dapat mempengaruhi perolehan suara dan menentukan kemenangan kontestan, dalam hal ini Parpol Islam. Artikel ini berdasarkan penelitian lapangan untuk memperoleh gambaran secara jelas mengenai eksistensi Parpol Islam, dalam hal ini PPP, di Kota*

*Serang. Beberapa poin penting yang dikaji dalam artikel ini adalah mengenai strategi yang dilakukan Parpol, hambatan yang terjadi di lapangan, dan peluang-peluang yang akan diperoleh jika strategi politik tersebut dilaksanakan. Selain itu, data lapangan juga digunakan untuk melihat dan memotret secara real political behavior atau perilaku politik masyarakat kota Serang dalam Pemilu Legislatif tahun 2014. Komunikasi politik PPP dalam memperoleh suara dan meningkatkan elektabilitas menggunakan beberapa strategi, dari mulai komunikasi interpersonal dengan tokoh-tokoh, lembaga-lembaga keagamaan, dan juga patron di masyarakat. Meski demikian, hambatan dana dan terpaan berita politik memiliki andil dalam mengikis perolehan suara dan menghambat meningkatnya elektabilitas partai.*

**Kata Kunci:** *Komunikasi Politik, Pemilihan Legislatif, Partai Islam, Kota Serang*

## A. PENDAHULUAN

Pemilihan umum (Pemilu) merupakan sarana demokrasi yang menjadi ajang bagi kedaulatan rakyat. Dalam negara demokratis, pemilu yang notabene merupakan cerminan suara rakyat menjadi penentu bagi keberlangsungan sebuah negara untuk menentukan nasib dan tujuan sebuah bangsa. Suara-suara inilah yang akan diwadahi oleh partai politik-partai politik yang mengikuti pemilu menjadi wujud wakil-wakil rakyat di Dewan Perwakilan Rakyat (DPR).

Partai politik dengan ideologi, visi, dan misi yang berbeda, masing-masing berlomba-lomba untuk tampil di depan publik agar dapat merebut hati para konstituennya. Atas dasar tujuan ini partai politik harus memiliki strategi komunikasi politik guna membentuk pencitraan positif partai agar dapat bersaing dengan partai-partai lain.

Strategi dalam menghadapi Pemilu Legislatif merupakan perencanaan yang cermat yang disusun dan dilaksanakan oleh tim kampanye yang memiliki tujuan mencapai kemenangan atas sasaran yang ditentukan dalam Pemilu. Sasaran merupakan apa yang ingin dicapai oleh tim kampanye dalam hal ini adalah target dukungan pemilihan yang diwujudkan dalam pemberian suara kepada partai politik tersebut.<sup>1</sup>

## B. Metode

Metode yang digunakan dalam analisis ini adalah deskriptif kualitatif, dimana data yang ada digunakan untuk menganalisis, menggambarkan, dan meringkas berbagai kondisi, situasi dari berbagai data yang dikumpulkan berupa wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi di lapangan.

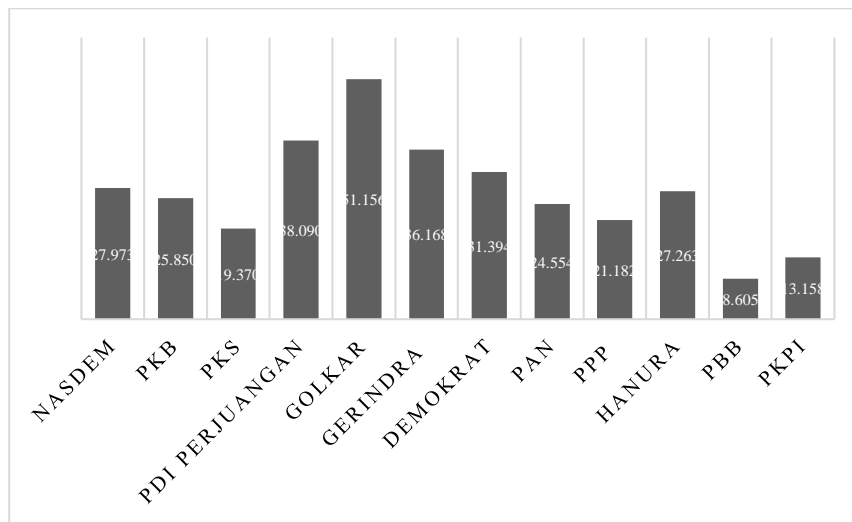
## C. Hasil Temuan

---

<sup>1</sup>Mochammad Rifqi Ridho, *Strategi Komunikasi Politik Dalam Perolehan Suara Partai Persatuan Pembangunan (PPP) Pada Pemilu Legislatif 2009 di Kabupaten Tegal*, (Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011), h 1.

Di Kota Serang banyak berdiri partai Islam salah satunya PPP. PPP dalam perolehan suara pada Pileg 2014 di Kota Serang tidak memiliki signifikan yang positif. Kota Serang yang merupakan daerah berbasis Islam secara logika seharusnya partai dengan asas Islam dalam perolehan suara signifikansi antara penduduk Islam dengan partai Islam

**Grafik 1**  
**JUMLAH PEROLEHAN SUARA SAH PARTAI POLITIK DALAM**  
**PEMILU ANGGOTA DPRD KOTA SERANG TAHUN 2014**



Dari grafik diatas, bisa dilihat jumlah perolehan suara PPP di Kota Serang. Peringkat pertama dan kedua diduduki Partai Golkar dan PDI Perjuangan. Sedangkan PPP yang notabennya Partai Islam berada diperingkat sembilan. Permasalahan internal dari pusat yang dialami PPP yaitu adanya kasus penangkapan Ketua Umum PPP menjadi salah satu faktor yang menimbulkan tidak stabilnya citra partai sehingga ada pengaruh yang signifikan terhadap perolehan suara PPP dengan kepercayaan masyarakat terhadap partai.

Sumber data primer diperoleh langsung dari subyek penelitian yang berhubungan langsung dengan penelitian yang diangkat. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara yang diperoleh dari responden yaitu ketua DPC PPP Kota Serang, Ketua Lajnah Pemenangan Pemilu Legislatif (LP2L) PPP

Kota Serang, Wakil Ketua DPW PPP Provinsi Banten dan salah satu tokoh DPC PPP Kota Serang.

### **1. Strategi komunikasi politik PPP Kota Serang pada Pemilu Legislatif 2014**

Strategi komunikasi politik dalam menghadapi Pemilu Legislatif merupakan perencanaan yang disusun dan dilaksanakan oleh tim kampanye. Tim kampanye dibuat bertujuan agar Pemilu Legislatif memperoleh kemenangan. Dalam tim terjadi sebuah proses pertarungan, karena dengan pertarungan tersebut tim dijadikan sebagai instrumen penting untuk memperoleh kemenangan calon legislatif dalam pesat demokrasi di Pileg Kota Serang 2014 beberapa waktu lalu.

Di Kota Serang banyak berdiri partai Islam salah satunya PPP. PPP dalam perolehan suara pada Pileg 2014 di Kota Serang tidak memiliki signifikan yang positif. Kota Serang yang merupakan daerah berbasis Islam secara logika seharusnya partai dengan asas Islam dalam perolehan suara signifikasi antara penduduk Islam dengan partai Islam

Strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh PPP Kota Serang bertujuan untuk meningkatkan perolehan suara DPRD Kota Serang, dalam hal ini PPP Kota Serang melakukan strategi komunikasi politik berdasarkan usia dalam menjalankan strategi komunikasi politiknya, berikut adalah langkah-langkah strategi komunikasi politik yang digunakan oleh PPP Kota Serang dalam menarik simpati pemilih dari kalangan pemuda dan orang tua.<sup>2</sup>

Strategi Komunikasi Politik PPP Kota Serang dalam rangka menggaet pemilih dari kalangan pemuda, salah satunya mengadakan kampanye terbuka di Stadion Maulana Yusuf Ciceri, Kota Serang dengan mendatangkan artis. Untuk mengubah mindset masyarakat yang biasanya PPP mengadakan kampanye dengan hal-hal yang bernuansa religi seperti marawis, qosidah yang mengundang sedikit partisipan masyarakat pemilih untuk datang ke kampanye tersebut.

Strategi Komunikasi Politik PPP Kota Serang Untuk menggaet dukungan dari pemilih kalangan orang tua PPP Kota Serang melakukan strategi komunikasi

---

<sup>2</sup>Uhen Zuhaeni (Ketua DPC PPP Kota Serang), diwawancarai oleh penulis, *Recording*, di Kantornya, 21 November 2018, pukul 10.30 WIB.

politik dengan membangun komunikasi dan silaturahmi dengan tokoh masyarakat, ulama', pondok pesantren dan majelis taklim. Salah satu bentuk nyata strategi komunikasi politik adalah dengan berziarah ke Makam Djoko Munandar.

Dikutip dari berita edisi 5 April 2014 dengan judul Caleg PPP Ziarah ke Makam Djoko Munandar, Radar Banten membingkai berita tentang aktivitas pengurus dan para caleg dari PPP. Dalam berita yang sarat dengan pencitraan ini, diceritakan mengenai aktivitas ziarah yang dilakukan oleh para caleg dan DPW PPP sebelum melaksanakan kampanye di Lapangan Penancangan, Kota Serang. Adapun berita ini menggambarkan tentang Rombongan caleg PPP Kota Serang secara bersama-sama berkunjung dan bersilaturahmi ke rumah dan keluarga almarhum Djoko Munandar sekaligus meminta doa kepada beliau agar para caleg PPP diberi amanah oleh masyarakat.

Dalam satu halaman penuh, Radar Banten mencantumkan berita singkat tentang kampanye PPP disertai foto-foto kegiatan (*visual image*) seperti foto ketua DPW PPP Banten Mardiono didampingi ketua DPC PPP Kota Serang Agus Setiawan dan caleg PPP menabur bunga di atas makam mantan Gubernur Banten Djoko Munandar, dan foto-foto kampanye terbuka PPP di Lapangan Penancangan pada halaman yang sama.<sup>3</sup>

a). Agenda-agenda yang dilakukan DPC PPP Kota Serang

1. Pengajian setiap sebulan sekali dalam bentuk parsitipatif

Agenda pengajian yang dilakukan sebulan sekali adalah untuk menarik pemilih memilih Partai Persatuan Pembangunan (PPP). Dan pengajian ini dilakukan tidak menetap disuatu tempat tertentu atau dalam bentuk partisipatif.

2. Konsolidasi antar caleg untuk menyatukan visi dan misi partai.

Konsolidasi ini diperlukan untuk menyatukan visi misi partai dengan para caleg DPC PPP Kota Serang. Dan untuk pengurus dilakukan 2 bulan sekali. Untuk saat ini kader PPP 40% perempuan dan 60% laki-laki.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup>Shofwatun Nida, *Pers dan Politik; Analisis Framing Partai PPP dan PDI P pada Harian Radar Banten*, (Fakultas Ushuluddin, Dakwah, & Adab, IAIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2014), h 71.

<sup>4</sup>Uhen Zuhaeni (Ketua DPC PPP Kota Serang), diwawancarai oleh penulis, *Recording*, di Kantornya, 07 Desember 2018, pukul 16.30 WIB.

Koordinasi DPC PPP Kota Serang dengan sayap PPP yang lainnya dengan adanya kegiatan pemilu, yang harus disiapkan adalah Rakerwil (rapat kerja wilayah) di tingkat Provinsi. Nah semua DPC dikumpulkan untuk mendapatkan persepsi yang sama tentang target PPP dari DPC masing-masing dan target-target PPP di wilayah. Itu adalah hubungan komunikasinya, artinya kita terikat oleh AD/ART Partai dimana koordinasi DPC satu komando dengan DPW ke DPP

Dari pernyataan yang dikemukakan oleh Ketua DPC PPP Kota Serang bahwa adanya koordinasi DPC PPP Kota Serang dengan sayap PPP yang lainnya untuk mendapatkan persepsi yang sama tentang target PPP. Hal ini masuk ke dalam strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh DPC PPP Kota Serang.

Berbeda dengan pendapat Hidayat Wakil Ketua Dewan Pimpinan Wilayah (DPW) PPP Provinsi Banten tentang strategi komunikasi politik yang digunakan.<sup>5</sup> Beberapa strategi tersebut adalah: a). Kemasan pesan di media, Strategi komunikasi politik yang telah digunakan PPP adalah dengan mengemas pesan politik berbau islami untuk masyarakat kalangan kebawah, santri, remaja islam, atau mahasiswa sebagai generasi *millenial*. b). Penguatan komunikasi di generasi millenial. Memperkuat arti simbol dari PPP sendiri yaitu Ka'bah. Juga mempelajari strategi komunikasi politik partai lain untuk dijadikan referensi. c). Seleksi caleg yang ketat dengan pertimbangan ketokohan dan finansial

Kapasitas Calon Legislatifnya dengan menerapkan sistem *fifty fifty*, yaitu *fifty* Ketokohan dan *fifty* Finansial. Karena jika kapasitas calon hanya mengandalkan finansial itu tidak seimbang dan sebaliknya. Tetapi jika menerapkan *fifty fifty* ketokohan dan finansial maka peluangnya lebih besar karena a). Banyaknya kompetitor dari partai lain dengan mempelajari strategi politik dengan partai politik. b). Faktor perolehan suara PPP yang kalah bersaing adalah karena banyaknya kompetitor dari partai lain. Walaupun begitu PPP tetap mempelajari strategi apa yang digunakan partai lain, karena dalam politik ada istilah "siap menghantam atau dihantam". Jadi bagaimanapun juga PPP siap menghantam partai lain dengan cara strateginya sendiri.

---

<sup>5</sup>Hidayat (Wakil Ketua DPW PPP Provinsi Banten), diwawancarai oleh penulis, *Recording*, di Kantornya, 24 Mei 2018, pukul 16.00 WIB.

## 2. Komparasi Perolehan Suara PPP dan Partai Islam

Tabel 1

### REKAPITULASI JUMLAH PEROLEHAN SUARA SAH PARTAI POLITIK DALAM PEMILU ANGGOTA DPRD KOTA SERANG TAHUN 2014.<sup>1</sup>

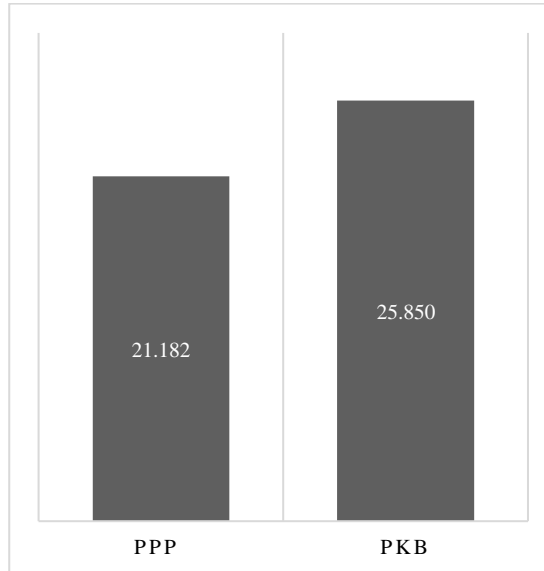
No	PARTAI POLITIK	PEROLEHAN SUARA SAH						JUMLAH SUARA SAH
		DAPIL 1	DAPIL 2	DAPIL 3	DAPIL 4	DAPIL 5	DAPIL 6	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Partai NasDem	6.693	2.177	6.729	7.703	1.698	2.973	27.973
2	PARTAI KEBANGKITAN BANGSA	4.784	4.526	4.039	5.981	1.159	5.361	25.850
3	PARTAI KEADILAN SEJAHTERA	3.288	4.770	2.329	3.282	3.134	2.567	19.370
4	PDI PERJUANGAN	3.577	7.278	6.143	10.552	7.592	2.948	38.090
5	PARTAI GOLONGAN KARYA	7.961	8.122	5.631	9.480	13.053	6.909	51.156
6	PARTAI GERINDRA	3.058	5.977	5.385	7.558	4.284	9.876	36.138
7	PARTAI DEMOKRAT	6.285	5.708	3.977	5.422	6.875	3.127	31.394
8	PARTAI AMANAT NASIONAL	5.956	6.880	2.913	4.395	1.663	2.747	24.554
9	PARTAI PERSATUAN PEMBANGUNAN	3.931	5.780	976	7.327	1.252	1.916	21.182
10	PARTAI HATI NURANI RAKYAT	8.152	3.142	3.572	7.382	2.504	2.511	27.263
14	PARTAI BULAN BINTANG	1.082	421	4.977	800	246	1.079	8.605
15	PARTAI KEADILAN DAN PERSATUAN INDONESIA	1.367	2.431	4.358	1.598	1.048	2.356	13.158
	TOTAL	56.134	57.212	51.029	71.480	44.508	44.370	324.733

<sup>1</sup>Komisi Pemilihan Umum Kota Serang, *Fasilitasi Data Hasil Pemilu Legislatif Tahun 2014*.

## Komparasi perolehan suara PPP dengan Partai Islam

Grafik 2

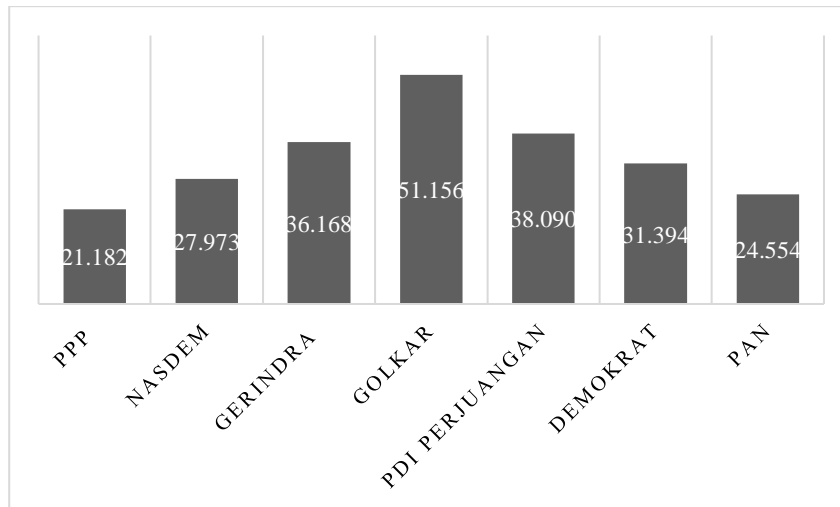
### KOMPARASI PEROLEHAN SUARA PPP DENGAN PARTAI ISLAM



PPP memperoleh jumlah suara 21.182 (6,52%) dan PKB 25.850 (7,96%). Dari komparasi kedua partai Islam ini, PPP memperoleh suara tidak sebanyak PKB. Menurut Uhen Zuhaeni,<sup>7</sup> penyebabnya adanya permasalahan internal dari pusat maupun dari partai itu sendiri dan juga kurangnya keterbukaan sehingga berpengaruh terhadap elektabilitas partai dan kurangnya power juga finansial dalam memperkenalkan partai itu sendiri yaitu PPP. Meskipun PPP kalah suara dengan PKB, tetapi jika dilihat pemerataan suara hanya sedikit selisih suara. Dan untuk sesama partai yang berbasis Islam yang lain bersaing sehat dan dari PPP melakukan kegiatan Islam seperti ke majelis, tausiyah, diskusi agama dan sebagainya, juga melakukan kampanye simpati seperti mengecat masjid dengan menggunakan kaos PPP.

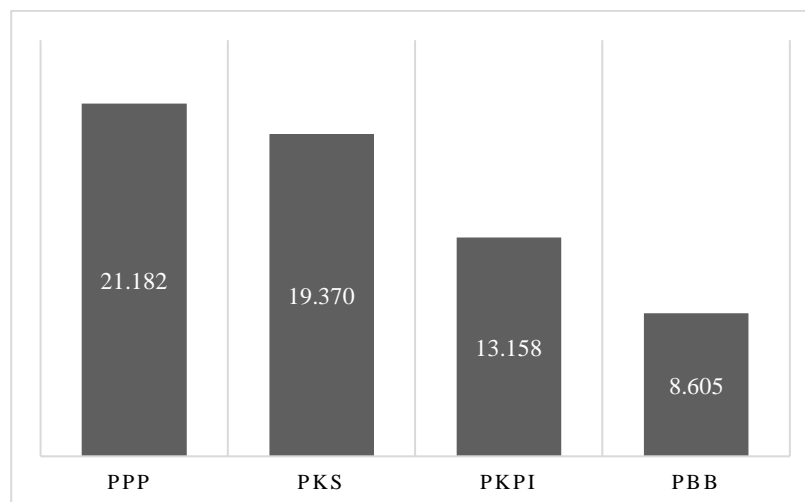
<sup>7</sup>Uhen Zuhaeni (Ketua DPC PPP Kota Serang), diwawancarai oleh penulis, *Recording*, di Kantornya, 20 Februari 2019, pukul 15.00 WIB.

Grafik 3

**KOMPARASI PEROLEHAN SUARA PPP DENGAN PARTAI NASIONALIS**

Dari grafik diatas, perolehan suara PPP tidak sebanyak kompetitor dari partai nasionalis. Partai Golkar mendominasi suara pada Pileg 2014 di Kota Serang, hal ini sudah tidak asing lagi. Karena Golkar memang sudah dari dahulu selalu mendapatkan suara dan kursi lebih banyak dari PPP. Padahal mayoritas masyarakat Kota Serang adalah muslim tetapi tidak membawa otomatis masyarakat memilih PPP.

Grafik 4

**KOMPARASI DENGAN PARTAI YANG PEROLEHAN SUARA DIBAWAH PPP**

PPP memperoleh jumlah suara 21.182 (6,52%) atau 3 kursi dan PKS 19.370 (5,96%) atau 3 kursi. Walaupun sama-sama mendapatkan 3 kursi tetapi perolehan suaranya lebih unggul PPP. Hal ini disebabkan PKS hanya eksklusif mengampanyekan untuk jamaahnya saja atau yang biasa disebut *liqo*. Selain itu, figur keagamaan yang diharapkan menjadi *vote getter* pun masih belum menjadi sosok yang banyak diminati para pemilih.

Bahkan, pada tingkat tertentu masih ada kalangan yang merasa takut, atau sekurang-kurangnya merasa tidak aman, ketika memasuki ruang politik dengan menyertakan warna agama.<sup>8</sup> Hal ini tampak ketika sensitifitas agama ini mendorong mendorong munculnya fatwa untuk tidak menggunakan simbol-simbol agama dalam arus politik praktis yang semakin memanaskan suasana kampanye.

Untuk PKPI 13.158 (4,05%) dan PBB 8.605 (2,65%), menurut Uhen, kedua partai tersebut masih tergolong partai baru sehingga wajar jika perolehan suaranya pun tidak sebanyak PPP. Faktor yang lainnya pun, karena partai tersebut belum dikenal sebagian orang awam.

## 2. Hambatan dan progres perolehan suara PPP pada Pileg 2014 di Kota Serang

Hambatan perolehan suara yang dialami PPP pada Pileg 2014 di Kota Serang diantaranya adalah: a). Keterbatasan dana, Dalam hal ini, calegnya secara finansial terbatas sehingga kas dalam partaipun untuk publikasi juga terbatas.<sup>9</sup> Menyebabkan kurang adanya publikasi. Publikasi yang terbatas karena calegnya secara finansial terbatas. b). Lemahnya SDM PPP Kota Serang, Kendala yang dialami adalah dalam menentukan caleg yang sesuai dengan kriteria *fifty fifty* yaitu finansial dan ketokohan. Dan untuk ketokohan dialami oleh PPP sulit untuk menemukannya sehingga lemahnya SDM PPP Kota Serang. c). Kurangnya publikasi dengan menggunakan media, Pada tahun 2014, DPC PPP Kota Serang kurang publikasi sebagai sarana informasi dan mengenalkan caleg-caleg yang diusung oleh partai. Sehingga menimbulkan kurang dikenalnya caleg PPP oleh masyarakat Kota Serang. d). Tidak stabilnya citra partai, karena adanya kasus penangkapan Ketua Umum PPP

<sup>8</sup>Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Politik Indonesia; Dinamika Islam Politik Pasca-Orde Baru*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset), 2008, h 174.

<sup>9</sup>Khaerul Shaleh (Tokoh DPC PPP Kota Serang), diwawancarai oleh penulis, *Recording*, di Kantornya, 20 Februari 2019, pukul 16.30 WIB.

sehingga ada pengaruh yang signifikan terhadap perolehan suara PPP dengan kepercayaan masyarakat terhadap partai.

Sedangkan progres perolehan suara PPP yang dialami PPP pada Pileg 2014 di Kota Serang diantaranya adalah: a). Kampanye secara *door to door* atau interpersonal. Melakukan kampanye pada tingkat interpersonal melibatkan baik komunikasi tatap muka maupun komunikasi berperantara.<sup>10</sup> Menurut Tb Ismet Ketua Lajnah Pemenangan Pemilihan Legislatif (LP2L) 2014 DPC PPP Kota Serang<sup>11</sup> bahwa mekanisme pembentukan tim sukses pada Pemilu Legislatif 2014 menggunakan sistem struktural yaitu ranting, paling bawah tingkat RT.

DPC PPP kota Serang memberikan tugas kepada semua ranting melalui cabang untuk mengajak saudara-saudaranya atau tetangganya memilih PPP. Karena dengan sistem kekeluargaan akan lebih gampang untuk menarik suara lebih banyak, dan tidak mengeluarkan biaya yang besar dan membangun PPP menjadi berbeda. Hal ini dilakukan dengan menggunakan strategi bahwa; a). PPP milik semua kalangan, membuka pendaftaran kader untuk kalangan pengusaha, mantan lurah juga membuka bagi generasi *millenial* untuk ikut bergabung menjadi kader PPP. b). Tidak memungut biaya pendaftaran, target bukan material, tetapi membumi dan dicintai semua kalangan itu adalah target PPP. Sehingga DPC PPP Kota Serang tidak memungut biaya pendaftaran. b). Memperkenalkan caleg/ meningkatkan elektabilitas partai, untuk progres perolehan suara salah satunya dengan menggunakan strategi politik dalam memperkenalkan caleg/ meningkatkan elektabilitas partai dengan cara mengadakan pengajian selama 1 bulan sekali, yang dilaksanakan di rumah caleg dan dari masalah recruitment untuk menarik simpati masyarakat dalam pendaftaran anggota di gratisan (umum) sehingga banyak dari kalangan pembisnis yang masuk ke partai PPP.

---

<sup>10</sup>Dan Nimmo, *Komunikasi Politik; Komunikator, Pesan, dan Media*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset), 2004, h 205.

<sup>11</sup> Tb Ismet (Ketua Lajnah Pemenangan Pemilu Legislatif (LP2L) 2014 di Kota Serang), diwawancarai oleh penulis, *Recording*, di DPC PPP Kota Serang, 07 Desember 2018, pukul 17.30 WIB.

#### D. DISKUSI

Pentingnya komunikasi dalam aktivitas politik tidak bisa dipungkiri, begitu juga halnya dalam suatu partai politik. Setiap komunikasi politik yang dilakukan selalu mencakup pesan politik, komunikator politik, media atau saluran politik, dan efek yang muncul ditengah khalayak akibat terjadinya proses komunikasi politik.

Pembentukan partai politik berdasarkan atas prinsip-prinsip demokrasi, yakni pemerintah yang dipimpin oleh mayoritas melalui pemilihan umum. Untuk menciptakan pemerintahan yang mayoritas, diperlukan partai-partai yang dapat digunakan sebagai kendaraan politik untuk ikut dalam pemilihan umum. Melalui partai rakyat berhak menentukan siapa yang akan menjadi wakil mereka serta siapa akan menjadi pemimpin yang akan menentukan kebijakan umum (*public policy*).<sup>12</sup>

Kenyataannya bahwa secara historis PPP didirikan sebagai fusi dari empat partai politik Islam, diantaranya Partai Nahdhatul Ulama, Partai Muslimin Indonesia, Partai Serikat Islam, Partai Islam Perti pada tanggal 5 Januari 1973, yang bersepakat menggabungkan aktivitas politiknya kedalam satu partai bernama Partai Persatuan Pembangunan (PPP), dengan tekad membina masyarakat beriman dan bertakwa kepada Allah SWT.

Sampai kini, kesepakatan fusi ini masih selalu diingat dan ini merupakan modal dasar bagi PPP Kota Serang dalam mewujudkan cita-cita dan perjuangannya. Cita-cita dan perjuangan PPP Kota Serang sendiri adalah merupakan mata rantai pengembangan cita-cita perjuangan partai, yang dirumuskan pada saat tercapainya fusi tersebut.

Penduduk Kota Serang hampir 97,97% memeluk agama Islam, disusul kemudian pemeluk agama Kristen 1,02%, Katholik 0,52%, Budha 0,44%, dan Hindu 0,04%. Jika dikaitkan dengan wilayah kecamatan, maka agama Islam mendominasi semua wilayah kecamatan di Kota Serang. Kecamatan Serang merupakan wilayah agama Islam terbesar yaitu 221.879 jiwa, diikuti Kecamatan Kasemen yaitu 90.851 jiwa, dan Kecamatan Cipocok yaitu 80.810 jiwa. Sedangkan sebaran agama Islam terkecil berada di Kecamatan Curug yaitu 49.724 jiwa.

---

<sup>12</sup> Pemerintah Kota Serang; Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil, Profil Perkembangan Penduduk Kota Serang Tahun 2014, h 53.

Di Kota Serang banyak berdiri partai Islam. PPP merupakan partai berbasis Islam, tetapi tidak otomatis membawa partai ini menjadi pilihan mayoritas pemilih masyarakat Kota Serang yang Muslim. Meskipun demikian PPP tetap berjuang keras dalam merebut simpati umat Islam, ini dilihat dari upaya-upaya yang dilakukan PPP Kota Serang yang selalu berpihak dan perhatian kepada kepentingan umat Islam di Kota Serang.

#### **D. Penutup**

Perolehan suara Partai berbasis Islam dalam hal ini PPP tidak terlalu signifikan pada Pemilu Legislatif 2014. Strategi yang digunakan masih belum efektif untuk menaikkan elektabilitas dan memenangkan kontestasi politik. Banyak kendala dan hambatan yang dihadapi PPP.

Strategi komunikasi politik yang digunakan PPP Kota Serang dalam mempengaruhi konstituen pada Pemilu legislatif 2014 adalah; *Pertama*, merangkul kalangan muda atau millennial. Dari mulai rekrutmen anak-anak muda untuk menjadi pengurus atau kader, kemudian terlibat langsung dengan kegiatan mereka. Yang menonjol dilakukan adalah, baik kader maupun pengurus PPP menyesuaikan *fashion style* dengan selera anak-anak muda pada saat kampanye terbuka di Stadion Maulana Yusuf Ciceri Kota Serang. *Kedua*, untuk kalangan orang tua menggunakan strategi dengan membangun komunikasi dan silaturahmi kepada tokoh masyarakat, ulama, pondok pesantren dan majelis taklim.

Berdasarkan hasil riset atau penelitian perolehan suara PPP dibandingkan partai Islam adalah PPP memperoleh jumlah suara 21.182 (6,52%) dan PKB 25.850 (7,96%). Sedangkan dengan Partai Nasionalis perolehan suara PPP tidak sebanyak kompetitornya. Dan dengan Partai yang perolehan suara dibawah PPP, PPP memperoleh jumlah suara 21.182 (6,52%) atau 3 kursi dan PKS 19.370 (5,96%) atau 3 kursi. Untuk PKPI 13.158 (4,05%) dan PBB 8.605 (2,65%).

Hambatan perolehan suara PPP pada Pileg 2014 di Kota Serang adalah; keterbatasan dana, lemahnya SDM PPP Kota Serang, kurangnya publikasi dengan menggunakan media, dan tidak stabilnya citra partai. Sedangkan progres perolehan suara PPP pada Pileg 2014 di Kota Serang karena; kampanye terbuka besar-besaran, PPP milik semua kalangan, Tidak memungut biaya pendaftaran, memperkenalkan caleg/ meningkatkan elektabilitas partai.

**DAFTAR PUSAKA**

- Ridho, Mochammad Rifqi, *Strategi Komunikasi Politik Dalam Perolehan Suara Partai Persatuan Pembangunan (PPP) Pada Pemilu Legislatif 2009 di Kabupaten Tegal*, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011.
- Komisi Pemilihan Umum Kota Serang, *Fasilitasi Data Hasil Pemilu Legislatif Tahun 2014*.
- Pemerintah Kota Serang; Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil, *Profil Perkembangan Penduduk Kota Serang Tahun 2014*.
- Jamil, Fadly, *Strategi Komunikasi Politik Pilkada Gowa 2015 (Studi Kasus Kemenangan Adnan Purichta Ichsan Yasin Limpo S.H Dan H Abd Rauf Malaganni, S.Sos., M.Si)*, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Alauddin Makassar, 2016.
- Effendy, Onong Uchjana, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- Cangara, Hafied, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Damsar, *Pengantar Sosiologi Politik*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Arifin, Anwar, *Komunikasi Politik; Filsafat-Paradigma-Teori-Tujuan-Strategi-dan Komunikasi Politik Indonesia*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011
- Cangara, Hafied, *Komunikasi Politik; Konsep, Teori, dan Strategi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Fahmi, Khairul, *Pemilihan Umum & Kedaulatan Rakyat*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Sadiah, Dewi, *Metode Penelitian Dakwah; Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015.
- Kriyantoro, Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Hikmat, Mahi M, *Komunikasi Politik; Teori dan Praktik*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011.
- Nimmo, Dan, *Komunikasi Politik; Khalayak dan Efek*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2010.
- Mukarom, Zaenal, *Komunikasi Politik*, Bandung: Pustaka Setia, 2016.

- Cangara, Hafied, *Komunikasi Politik; Konsep, Teori, dan Strategi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Ranjabar, Jacobus, *Pengantar Ilmu Politik; Dari Ilmu Politik sampai Politik di Era Globalisasi*, Bandung: Penerbit Alfabeta, 2016.
- Syahputra, Iswandi, *Opini Publik; Konsep, Pembentukan, dan Pengukuran*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018.
- Venus, Antar, *Manajemen Kampanye; Panduan Teoretis dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018.
- Ketetapan Muktamar VIII Partai Persatuan Pembangunan 2016
- Nida, Shofwatun, *Pers dan Politik; Analisis Framing Partai PPP dan PDI P pada Harian Radar Banten*, Fakultas Ushuluddin, Dakwah, & Adab, IAIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2014.
- Nimmo, Dan, *Komunikasi Politik; Komunikator, Pesan, dan Media*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2004.
- Muhtadi, Asep Saeful, *Komunikasi Politik Indonesia; Dinamika Islam Politik Pasca-Orde Baru*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset), 2008, h 174.