

ABSTRAKSI

Nama : Clara Novita Anggraini
NIM : D2C 005 145
Judul : Strategi Komunikasi Kampanye Partai Keadilan Sejahtera Pada Pemilu 2009

Tidak mudah mengarahkan pilihan masyarakat dalam pemilihan umum. Oleh karena itu pesta demokrasi yang terjadi lima tahun sekali ini selalu dimeriahkan dengan berbagai komunikasi kampanye partai politik peserta Pemilu untuk mencapai tujuannya, yaitu perolehan suara tertinggi dan kursi presiden. Banyak cara-cara baru yang bermunculan dalam berkampanye. Bahkan beberapa kegiatan komunikasi dan iklan yang diluncurkan PKS menimbulkan kontroversi. Dalam kenyataannya, PKS berhasil meraih target minimal perolehan suara, tapi tidak target maksimalnya. Bagaimanakah sebenarnya strategi kampanye yang dijalankan PKS, bagaimana strategi komunikasi dalam kampanye PKS dilakukan? Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk melakukan kajian, menguraikan dan menjelaskan strategi komunikasi kampanye politik PKS Palembang pada Pemilu 2009.

Penelitian ini menggunakan pendekatan metodologi kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif, mendeskripsikan strategi komunikasi kampanye PKS pada Pemilu 2009 tanpa mengoperasionalkan atau menguji konsep strategi komunikasi kampanye pada realitas yang diteliti. Subjek penelitian ini adalah PKS Palembang karena pada pelaksanaannya, walaupun dilaksanakan secara terpusat, kampanye yang dilakukan harus menyesuaikan dengan karakteristik daerah masing-masing. Palembang merupakan *floating mass* dimana tingkat pemilihan masyarakat terhadap partai masih bisa berubah masing-masing 50%, dan satu-satunya lima besar perolehan suara PKS yang ada di luar Pulau Jawa, sehingga strategi komunikasi kampanye PKS Palembang dirasa tepat untuk mewakili PKS secara keseluruhan. Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa data deskriptif kualitatif dengan mengadopsi cara berpikir induktif, yaitu mengidentifikasi dan mengecek ulang strategi komunikasi kampanye PKS Palembang yang ditemukan, melakukan kategorisasi perencanaan dan manajemen komunikasi, menjelaskan kategorisasi perencanaan dan manajemen komunikasi kampanye serta hubungannya, kemudian menarik kesimpulan umum dan membangun teori model strategi komunikasi kampanye PKS pada Pemilu 2009.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa model strategi komunikasi kampanye PKS pada Pemilu 2009 diawali dengan riset yang kemudian menjadi dasar perencanaan dan manajemen komunikasi. Tahap perencanaan komunikasi terdiri dari penyusunan tujuan, identifikasi dan segmentasi sasaran, perumusan pesan, taktik, dan desain evaluasi. Tahap manajemen komunikasi terdiri dari *organizing* dan pelaksanaan kegiatan komunikasi. Riset tidak termasuk dalam perencanaan komunikasi dan tidak ada perencanaan teknis dan evaluasi dalam manajemen komunikasi. Manajemen didasarkan langsung pada hasil riset awal. Dengan model strategi komunikasi kampanye seperti ini, PKS Palembang memiliki perencanaan komunikasi dan *organizing* yang rapih. Tetapi walaupun demikian, tidak adanya perencanaan teknis yang seharusnya merupakan aplikasi perencanaan komunikasi dan tidak adanya evaluasi dalam manajemen komunikasi mengakibatkan kegiatan komunikasi kampanye PKS menjadi tidak fokus, tidak tepat sasaran, dan tidak mencapai hasil maksimal yang ditargetkan.

Disetujui oleh pembimbing I,
Semarang, 22 April 2010

Drs. Tandiyo Pradekso, M.Sc
NIP. 19590518.198710.1.001