

**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK DEDI HUMADI DALAM PEMILIHAN
UMUM LEGISLATIF ANGGOTA DEWAN
PERWAKILAN RAKYAT DAERAH KABUPATEN ROKAN HILIR TAHUN 2014.**

Oleh: Arief Triawang
Email : Arieftriawang@gmail.com
Pembimbing : Adlin, S.Sos, M.Si
Program Studi : Ilmu Pemerintahan
Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik
Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jl. H.R Soebratas Km. 12.5 Simp. Baru Pekanbaru 28293
Telp/Fax : 0761-63277

ABSTRAK

Communication strategies in politics is one of the keys to a successful Legislative Candidates in winning the election . Indonesia is a unitary state which has the principles of democracy , the government carried out from the people, by the people, and returned to the interests of the people through legislative representation. In these circumstances, the present Legislative Candidates in response to the roles and functions as a connector and absorbing people's aspirations .

While the methodology used in the preparation of this paper uses qualitative namely, conducting interviews with Dedi Humadi as legislative candidates, then collect data , organize and classify the data . While the analysis is descriptive that describes the steps of political communication strategies undertaken Dedi Humadi in the general election legislators Rokan Hilir 2014 .

The theory used in this discussion is the theoretical positioning of Adman Nursal said communication strategy to enter the brain window voters to a contestant implies that reflects the excellence of the contestants competitors in the form of an associative relationship . Then Anwar Arifin theory which says that the forms of political communication strategy that is political rhetoric, public Relations political, political propaganda, political agitation, political campaigns, and political marketing .

Smith's work done through various programs Dedi Humadi not in vain. There are a few things that the strategy of political communication in the success of Dedi Humadi legislative elections, namely, First, first requests a political campaign with mass communication and interpersonal communication by raising relevant issues to be ' slogan ' . Second, expand the network by cooperating with community leaders, community organizations, or the personal approach (emotional attachment). Third, run individual campaigns and rallies. Fourth, to optimize the role of the media is to create banners , baleho , stickers and calendars . Fifth, do political imagery that aims to convince the public that Dedi Humadi different from the other candidates .

Keywords : strategy , communication strategy of political , legislative 2014

A. Latar Belakang Masalah

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). Pemilihan Umum menurut Undang-undang Nomor 8 Tahun 2012 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Pemilihan Umum Indonesia 2014 adalah Pemilu ke-11 yang dilaksanakan Indonesia. Pemilu ini diikuti oleh 12 partai politik..

Pelaksanaan pemilu secara periodik menunjukkan bahwa Indonesia menganut sistem negara demokrasi. Sejak Pemilihan Umum tahun 1999 Indonesia telah dianggap sebagai negara terbesar ketiga yang menyelenggarakan pemilihan umum secara demokratis. Pemilihan umum ini menjadi wahana aspirasi politik rakyat Indonesia yang digelar setiap lima tahun sekali, sebagai amanat dari Undang-Undang Dasar 1945. Pemilu juga menjadi ajang paling massif, bebas, dan adil untuk menentukan partai dan tokoh yang berhak mewakili rakyat. Dalam sistem perwakilan, tak ada cara lain yang paling absah untuk memilih para wakil rakyat kecuali melalui pemilu.

Sebagaimana hasil pemilu yang telah berlangsung di Indonesia, bahwa

keberhasilan seseorang caleg untuk dapat lolos menjadi anggota dewan ditentukan berdasarkan nomor urut partai. Berbeda pada pileg saat ini (2014), mereka yang diusung menjadi caleg harus bekerja keras mendapatkan suara, karena penetapan caleg ditentukan oleh sistem suara yang terbanyak. Hal ini terkait dengan keputusan Mahkamah Konstitusi (MK) yang mengabulkan sebagian permohonan pemohon terkait uji materi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2012 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Pasal 5 tersebut mengatur tentang Pemilu untuk memilih anggota DPR, DPD, dan DPRD dilaksanakan dengan sistem proporsional terbuka, sementara Pasal 215 mengenai penetapan calon terpilih anggota legislatif didasarkan calon legislatif yang memperoleh suara terbanyak.

Pasca keluarnya putusan MK mengenai suara terbanyak diatas, para caleg dituntut untuk melakukan upaya maksimal dalam rangka memperoleh suara sebanyak-banyaknya dari masyarakat. Oleh karena itu, keputusan ini menjadikan adanya persaingan yang sengit, baik calon legislatif antar partai politik maupun di dalam tubuh partai politik itu sendiri. Pada posisi ini, masing-masing calon mengeluarkan kemampuan, strategi dan sumber daya yang dimiliki untuk bersaing guna memperoleh suara terbanyak di daerah pemilihannya. Komunikasi politik dan strategi kampanye calon legislatif menjadi sangat penting posisinya agar mereka bisa merebut hati rakyat

Kabupaten Rokan Hilir terbentuk berdasarkan Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 53 Tahun 1999 tentang Pembentukan Kabupaten Pelalawan, Kabupaten Rokan Hulu, Kabupaten Rokan Hilir, Kabupaten Siak, Kabupaten Karimun, Kabupaten Natuna, Kabupaten Kuantan Singingi dan Kota Batam, dengan terbentuknya Kabupaten Rokan Hilir

terbentuk juga DPRD Kabupaten Rokan Hilir. Adapun tugas DPRD adalah sebagai fungsi legislasi, fungsi anggaran dan fungsi pengawasan.

Pemilu legislatif di Kabupaten Rokan Hilir di ikuti oleh 12 partai politik dengan (478) orang calon legislatif yang tersebar di 15 Kecamatan dan di bagi dalam 5 daerah pemilihan. Dedi Humadi sendiri bersaing di daerah pemilihan 2 Kabupaten Rokan Hilir yaitu di Kecamatan Bangko Pusako, Kecamatan Tanah Putih Tanjung Melawan dan Kecamatan Rimbo Melintang dengan jumlah 104 orang calon legislatif dari 12 partai politik, Dedi Humadi diusung oleh Partai Golkar nomor urut 4 yang dimana Partai Golkar sendiri mempunyai 10 calon legislatif di daerah pemilihan 2.

Jabatan anggota legislatif merupakan suatu amanah yang diberikan oleh masyarakat untuk menyalurkan aspirasinya diparlemen. Untuk menjadi anggota dewan tidak ada dibatasi berapa kali mencalonkan diri, selagi masih mampu dan mendapat dukungan dari masyarakat berarti masih berhak menjadi anggota dewan.

Partai Golkar merupakan partai yang memiliki dua kader anggota dewan yang menduduki kursi anggota dewan selama 3 periode, salah satu kader partai Golkar yang menarik perhatian penulis untuk dilakukan penelitian adalah Dedi Humadi karena beliau berhasil terpilih sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Rokan Hilir sebanyak 3 kali berturut – turut dan selalu memperoleh suara tertinggi diantara keenam *incumbent* lainnya.

Dari hasil perolehan suara yang sah, bahwa tampilnya *incumbent* sebagai pemenang dipemilihan anggota legislatif, hal ini tentunya tidak terlepas dari strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh Dedi Humadi pada pemilihan umum legislatif tahun 2014, adapun salah satu bentuk komunikasi politik yang dilakukan Dedi Humadi adalah melalui media cetak seperti spanduk, baliho, pembagian stiker,

dan kartu nama, dan slogan yang digunakan oleh Dedi Humadi yaitu “yuk rame-rame coblos nomor 4”.

Untuk mengantarkan calon legislatif menjadi anggota dewan itu tidaklah mudah, terpilih atau tidaknya anggota dewan tergantung kepada hasil perolehan suara terbanyak yang didapat pada saat pemilihan umum, dan untuk mendapatkan hasil suara yang bisa mengantarkan calon legislatif menjadi anggota dewan tidak terlepas dari strategi komunikasi politik yang digunakan oleh masing-masing kader.

Adapun strategi komunikasi politik yang dilakukan Dedi Humadi pada saat menjadi anggota dewan pada periode pertama yaitu 2004-2009 beliau bermodalkan pendekatan sosial kepada masyarakat secara intensif seperti tegur sapa, menghadiri pengajian dan acara – acara yang diadakan oleh masyarakat. Selain itu, beliau juga telah lama aktif dalam berorganisasi sehingga memiliki relasi dan kenalan yang cukup banyak. Pada periode kedua yaitu tahun 2009-2014, beliau tetap menjaga hubungan baik dengan masyarakat daerah pemilihannya dan memperluas peta politiknya. Pada periode ketiga yaitu tahun 2014-2019, strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh Dedi Humadi yaitu melalui tim relawan, yaitu dukungan secara sukarela yang tergabung dalam tokoh masyarakat, ketua pemuda dan komunitas sosial lainnya yang bergerak secara sukarela untuk mempromosikan Dedi Humadi di wilayah cakupan masing – masing dengan cara dari mulut ke mulut.

Adapun modal utama Dedi Humadi menjadi anggota dewan tidak terlepas dari *track record* dan latar belakang beliau sendiri, sebelum menjabat anggota dewan, beliau aktif dalam beberapa organisasi, seperti Organisasi Muhammadiyah Bangko Kiri, Organisasi Karang Taruna tingkat Kecamatan, dan Organisasi Pemuda Pancasila tingkat Kecamatan.

Selain pengalamannya dalam organisasi, beliau juga pernah menjadi

Ketua Dewan Kabupaten Rokan Hilir periode 2004-2009, dan pada periode kedua 2009-2014, beliau menjabat sebagai Ketua Komisi 1 Bidang Hukum dan Pemerintahan. Berdasarkan track record Dedi Humadi selama menjadi anggota dewan tentu saja ini menjadi keuntungan tersendiri bagi Dedi Humadi sebagai calon *incumbent* yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat.

Mempertahankan kemenangan untuk yang ketiga kalinya tidaklah mudah, perlu perjuangan yang keras dan strategi komunikasi politik yang sangat penting dalam memberikan hasil maksimal dalam memahami segala kepentingan dalam masyarakat

Berdasarkan penjelasan dan fenomena-fenomena diatas, pada tulisan ini ada beberapa hal yang menarik bagi penulis untuk diangkat menjadi sebuah karya ilmiah yang berjudul : **“Strategi Komunikasi Politik Dedi Humadi dalam Pemilihan Umum Legislatif Anggota DPRD Kabupaten Rokan Hilir Tahun 2014”** . Selain itu untuk mengetahui strategi-strategi atau cara-cara apa yang digunakan Dedi Humadi dan tim kemenangan sehingga dapat terpilih menjadi anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Rokan Hilir selama 3 (tiga) priode berturut – turut.

B. Rumusan Masalah

Dalam penulisan ini, penulis mencoba untuk membatasi permasalahan agar tidak terjadi kesalah pahaman dan pelebaran dalam pembahasannya nanti. Maka penulis membatasinya hanya pada Strategi Komunikasi Politik Dedi Humadi dalam Pemilihan Umum Legislatif Anggota DPRD Kabupaten Rokan Hilir Tahun 2014. Maka Penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

Bagaimanakah Strategi Komunikasi Politik Dedi Humadi dalam Pemilihan Umum Legislatif Anggota DPRD Kabupaten Rokan Hilir Tahun 2014?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Dengan beberapa rumusan masalah di atas, penulis berusaha meneliti tujuan pengetahuan tentang :

Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Politik Dedi Humadi dalam Pemilihan Umum Legislatif Anggota DPRD Kabupaten Rokan Hilir Tahun 2014.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Kegunaan Akademis, dengan penelitian ini diharapkan dapat memperkaya teori komunikasi politik yang terdapat di Jurusan Ilmu Pemerintahan dan juga diharapkan dengan penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman penulis tentang Strategi Komunikasi Politik dalam Pemilihan Umum Legislatif.
- b. Kegunaan Praktis, dapat membantu para mahasiswa dan kalangan akademis lainnya diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi penelitian yang sejenis untuk masa yang akan datang.

D. Kerangka Teori

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Strategi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh sesuatu yang ingin dicapai, atau proses penentuan rencana dari seorang pemimpin puncak atau ketuanya yang bertujuan pada jangka panjang, serta disertai dengan penyusunan suatu cara atau upaya agar tujuan tersebut dapat tercapai. Pengertian strategi secara khusus adalah strategi merupakan tindakan yang *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan dari sudut pandang serta apa yang diharapkan oleh para pelanggan (masyarakat) dimasa depan. Dapat disimpulkan strategi adalah pendekatan dalam mengelola kegiatan, dengan mengintegrasikan komponen urutan kegiatan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan secara efektif dan efisien.

a. Jenis – Jenis Strategi

Menurut Adman Nursal dalam Toni Andianus Pito (2013:206)

Positioning yaitu strategi komunikasi untuk memasuki jendela otak pemilih agar sebuah kontestan mengandung arti tertentu yang mencerminkan keunggulannya terhadap kontestan pesaing dalam bentuk hubungan asosiatif. *Positioning* efektif harus dilakukan berdasarkan analisis terhadap faktor eksternal dan internal organisasi, serta preferensi segmen pemilih yang menjadi sasaran pemilih utama yang diketahui dari hasil segmentasi.

Positioning agar kredibel dan efektif harus dijabarkan dalam bauran produk politik meliputi :

- 1) *Policy* adalah tawaran program kerja jika terpilih kelak. *Policy* merupakan solusi yang ditawarkan kontestan untuk memecahkan masalah-masalah masyarakat berdasarkan isu-isu yang dianggap penting oleh para pemilih. *Policy* yang efektif harus memenuhi tiga syarat, yaitu : menarik perhatian, mudah terserap pemilih, atribut.
- 2) *Person* adalah kandidat legislatif atau eksekutif yang akan dipilih melalui pemilu. Kualitas person dapat dilihat melalui tiga dimensi, yaitu : kualitas instrumental, dimensi simbolis dan fenotipe optik, dimensi kualitas.
- 3) *Party* dapat juga sebagai substansi produk politik. Partai mempunyai identitas semua, aset reputasi, dan identitas estetik. Ketiga hal tersebut akan dipertimbangkan oleh para pemilih dalam menetapkan pilihannya.
- 4) *Presentasion* adalah bagaimana ketiga substansi produk politik (*policy*, *person*, *party*) disajikan. Presentasi sangat penting karna dapat mempengaruhi makna politis yang terbentuk dalam pikiran para pemilih.

Menurut Newman dan Shet dalam Toni Andrianus Pito dkk (2013: 210-213), pilihan strategi *positioning* untuk merebut dan mempertahankan pasar juga dapat dilakukan dengan memperhatikan citra dan kinerja sebuah kontestan (kandidat atau partai politik). Pilihan strategi dapat dibuat dengan mengembangkan

matriks yang menghubungkan citra sebuah kontestan dengan kinerja politiknya setelah terpilih seperti terlihat pada tabel berikut:

Dapat dipilih lebih dari satu strategi dengan tingkat resiko yang berbeda. Terlihat dapat empat pilihan strategi berikut:

1. Strategi penguatan (*Reinforcement strategy*). Strategi ini dapat digunakan untuk sebuah kontestan yang telah dipilih karena mempunyai citra tertentu dan citra tersebut dibuktikan oleh kinerja politik selama mengembangkan jabatan publik tertentu.
2. Strategi rasionalisasi (*Rationalization strategy*). Strategi ini dilakukan kepada kelompok pemilih yang sebelumnya telah memilih kontestan tertentu karena kontestan tersebut berhasil mengembangkan citra tertentu yang disukai pemilih akan tetapi kinerjanya kemudian tidak sesuai dengan citra tersebut. Strategi rasionalisasi ini dilakukan untuk mengubah sikap pemilih dan harus dilakukan secara hati-hati.
3. Strategi bujukan (*Inducement strategy*). Strategi ini dapat diterapkan oleh kandidat yang dipersepsikan memiliki citra tertentu tapi juga memiliki kinerja atau atribut-atribut yang cocok dengan citra lainnya.
4. Strategi konfrontasi (*Confirmation strategy*). Strategi ini diterapkan kepada para pemilih yang telah memilih kontestan dengan citra tertentu yang dianggap tidak cocok oleh pemilih dan kemudian kontestan tersebut tidak menghasilkan kinerja yang memuaskan pemilih.

2. Komunikasi Politik

Menurut Dan Nimmo (2004: 9) komunikasi Politik yaitu (kegiatan) komunikasi yang dianggap komunikasi politik berdasarkan konsekuensi

konsekuensinya (aktual maupun potensial) yang mengatur perbuatan manusia didalam kondisi-kondisi konflik. Menurut Dan Powell (1966) komunikasi politik sebagai suatu fungsi politik, bersama-sama dengan fungsi artikulasi, agregasi, sosialisasi, dan rekrutmen yang terdapat dalam suatu sistem politik.

Dengan demikian, melalui kegiatan komunikasi politik terjadi pengaitan masyarakat sosial dengan lingkup negara sehingga komunikasi politik merupakan sarana untuk pendidikan politik/kesadaran warga dalam hubungan kenegaraan (Anwar Arifin, 2006: 8-9).

Bentuk Komunikasi Politik

Menurut Anwar Arifin (2011:125) Beberapa bentuk atau jenis seni dan teknik aplikasi komunikasi politik yang sudah lama dikenal dan dilakukan oleh para politikus atau aktivis politik, antara lain retorika politik, agitasi politik, propaganda politik, lobi politik, dan tindakan politik yang dapat dilakukan dalam kegiatan politik yang terorganisir seperti : *public relations* politik, pemasaran politik, dan kampanye politik. Semua bentuk komunikasi politik itu berkaitan dengan pembentukan citra dan opini publik yang positif.

Hal itu dapat berkaitan dengan upaya memenangkan pemilu agar dapat meraih kekuasaan dan kedudukan politik di lembaga legislatif atau eksekutif sehingga dapat membuat kebijakan politik yang sesuai dengan visi misi dan program politik para komunikator politik terutama para politikus dan partai politiknya.

3. Strategi Komunikasi Politik

Menurut Anwar Arifin (2011:235) strategi dalam komunikasi politik adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan saat ini, guna mencapai tujuan politik pada masa depan. Justru itu keberadaan pemimpin politik sangat dibutuhkan disetiap aktivitas kegiatan komunikasi politik.

Menurut Zein (2008 : 99) Strategi komunikasi politik merupakan tentang

bagaimana proses komunikasi yang terjadi di dalam pemenangan dalam satu pertarungan politik oleh partai politik, atau secara langsung, oleh seorang calon Legislatif atau calon pimpinan daerah, yang menghendaki kekuasaan dan pengaruh sebesar-besarnya ditengah - tengah masyarakat sebagai konstituennya.

E. Definisi Konseptual

1. Strategi yaitu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.
2. Strategi *positioning* untuk merebut dan mempertahankan pasar juga dapat dilakukan dengan memperhatikan citra dan kinerja sebuah kontestan (kandidat atau partai politik).
3. Komunikasi politik merupakan proses aktivitas dan kegiatan komunikasi yang berkaitan dengan masalah politik.
4. Tim Relawan adalah orang atau warga masyarakat setempat yang bersedia membantu sukarela untuk memenangkan calon anggota dewan dalam pemilihan umum legislatif.
5. Strategi komunikasi politik merupakan tentang bagaimana proses komunikasi yang terjadi di dalam pemenangan dalam satu pertarungan politik oleh partai politik, atau secara langsung, oleh seorang calon Legislatif atau calon pimpinan daerah, yang menghendaki kekuasaan dan pengaruh sebesar-besarnya ditengah - tengah masyarakat sebagai konstituennya.
6. *Calon Incumbent* adalah pejabat atau elite birokrasi yang telah berakhir masa jabatannya pada periode sebelumnya namun mencalonkan kembali untuk dapat duduk menjabat kembali pada periode pemilihan yang sedang berlangsung.

7. Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) adalah anggota legislasi yang di percayakan oleh konstituen untuk menjadi perwakilan setiap daerah. DPRD merupakan perwakilan yang menyuarakan aspirasi masyarakat di daerah masing-masing pemilihan.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yaitu menggambarkan atau menjelaskan permasalahan yang ada dengan memberikan jawaban atas permasalahan yang dikemukakan (Sugiyono, 2006:11)

Penelitian ini memusatkan pada permasalahan-permasalahan yang ada pada saat penelitian dilakukan atau masalah-masalah yang bersifat aktual. Maka memecahkan masalah yang ada dilakukan dengan cara menggambarkan suatu keadaan data status fenomena berdasarkan fakta-fakta yang ada.

1. Lokasi Penelitian

Sesuai dengan judul yang telah dikemukakan peneliti, maka penelitian ini dilaksanakan di daerah pemilihan Dedi Humadi yaitu dapil 2, Kecamatan Bangko Pusako, Kecamatan Rimba Melintang, Kecamatan Tanah Putih Tanjung Melawan.

2. Jenis dan Sumber Data

Untuk melakukan sebuah penelitian, terdapat 2 jenis data, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian perorangan, ataupun kelompok berupa tanggapan tentang pertanyaan yang disampaikan peneliti.

- Wawancara dengan Dedi Humadi tentang Strategi Komunikasi Politik Dedi Humadi Dalam Pemilihan Umum Legislatif Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Rokan Hilir Tahun 2014.

- Wawancara dengan Tokoh Masyarakat, Tim Relawan dan dengan orang-orang yang mengerti tentang Strategi Komunikasi Politik Dedi Humadi Dalam Pemilihan Umum Legislatif Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Rokan Hilir Tahun 2014.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh untuk mendukung analisis masalah yang diteliti, yang terdiri dari literature, peraturan perundang-undangan yang berlaku serta relevan, karya tulis para ahli, dan lain – lain untuk melengkapi data primer, antara lain :

- Nama – nama anggota Legislatif yang terpilih 3 periode berturut – turut di Kabupaten Rokan Hilir dari tahun 2004 – 2014.
- Data jumlah suara calon legislatif di Kabupaten Rokan Hilir Tahun 2004, 2009, 2014.
- Struktur organisasi anggota DPRD Kabupaten Rokan Hilir Tahun 2004, 2009, 2014

3. Informan Penelitian

Untuk mengetahui secara mendalam mengenai permasalahan yang akan diteliti, maka penulis menggunakan *key informan* yaitu Dedi Humadi sebagai Anggota DPRD Kabupaten Rokan Hilir, dan informan pendukung yaitu Nasrudin Hasan Sekretaris DPD II Kabupaten Rokan Hilir dengan menggunakan teknik sensus, dan menggunakan teknik *purposive sampling* pada Tokoh Masyarakat yaitu Jumakir (Kepala Dusun Kepenghuluan Bangko Lestari), Rakhmat (Ketua BPK) ,dan Tim Relawan Purnomo (Ketua Koperasi Hidayat Ummat), Suparman (Ketua Pemuda Kepenghuluan Bangko Jaya). Kemudian informan dari kawan separtai yaitu Heridayanto, dan dari partai lain yaitu Drs Jamiludin (PDI-P).

4. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, diantaranya :

a. Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara peneliti dengan seseorang yang berharap mendapat informasi dari informan (seorang yang diasumsikan mempunyai informasi langsung dari sumbernya). Dalam penelitian ini wawancara dilakukan kepada Bapak Dedi Humadi sebagai calon anggota legislatif di Kabupaten Rokan Hilir.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah instrumen pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data. Metode Observasi dan wawancara dilengkapi dengan kegiatan penelusuran dokumentasi. tujuannya untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data.

5. Teknik Analisa Data

Setelah data atau bahan-bahan yang diperlukan, baik data primer maupun data sekunder berhasil terkumpul, kemudian penulis menganalisa dengan teknik analisa data yang bersifat deskriptif kualitatif. Yaitu mengenai kata-kata lisan, dan tingkah laku yang dapat diamati dari orang-orang yang diteliti Bagong Suyanto (2005 : 166).

Dalam menganalisa data kualitatif lebih berdasarkan pada filsafat fenomenologis yang mengutamakan penghayatan, yaitu berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti sendiri.

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Gambaran Singkat Daerah Pemilihan (Dapil) 2 DPRD Kabupaten Rokan Hilir.

Adapun Daerah Pemilihan II tersebar dalam 3 Kecamatan yaitu Kecamatan Tanah Putih Tanjung Melawan, Kecamatan Rimba Melintang dan Kecamatan Bangko Pusako.

II.1 Gambaran Singkat Kecamatan Tanah Putih Tanjung Melawan

Kecamatan Tanah Putih Tanjung Melawan merupakan salah satu kecamatan yang berada di Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau. Sebelumnya Tanah Putih Tanjung Melawan merupakan bagian dari Kecamatan Tanah Putih Sedingin, namun karena ruang lingkup pemerintahannya terlalu luas dan masyarakat yang tinggal di Tanah Putih Tanjung Melawan menginginkan kecamatan sendiri, maka terjadi pemekaran yang menghasilkan Kecamatan Tanah Putih Tanjung Melawan dan diresmikan oleh Bupati Rokan Hilir pada tanggal 4 Oktober 1999.

Kecamatan Tanah Putih Tanjung Melawan merupakan Kecamatan yang terkecil di Kabupaten Rokan Hilir dengan jumlah penduduk 13.048 jiwa yang terdiri dari 6.723 jiwa penduduk laki-laki dan 6.325 jiwa penduduk perempuan. Kecamatan Tanah Putih Tanjung Melawan terdiri dari 5 kepenghuluan diantaranya Kepenghuluan Melayu Besar, Melayu tengah, Batu Hampar, Mesah dan Labuhan Papan. Kepenghuluan Melayu Besar merupakan Ibukota dari Kecamatan Tanah Putih Tanjung Melawan.

a. Kondisi Wilayah

Kecamatan Tanah Putih Tanjung Melawan secara geografis terdiri dari dataran tinggi beriklim tropis. Sebagian tanah di Kecamatan Tanah Putih Tanjung Melawan terdiri dari lahan gambut, tanah liat dan keputih-putihan. Didaerah ini terdiri dari dua musim yaitu musim penghujan dan musim kemarau. Kebanyakan dari wilayah Kecamatan Tanah Putih Tanjung Melawan adalah

lahan pertanian terutama perkebunan kelabuhan sawit dan perkebunan karet.

b. Luas Wilayah

Kecamatan Tanah Putih Tanjung Melawan memiliki luas wilayah sebesar 198.32 Km² dengan jumlah penduduk 13.048 jiwa, yang terdiri dari 6.723 jiwa penduduk laki laki dan 6325 jiwa penduduk perempuan.

II.2. Gambaran Singkat Kecamatan Rimba Melintang

a. Penduduk

Berdasarkan data BPS, jumlah penduduk Kecamatan Rimba Melintang menurut hasil Sensus tahun 2010 adalah sebanyak 32.128 jiwa dengan 16.431 jiwa laki-laki dan 15.697 perempuan, sedangkan jumlah penduduk tahun 2012 adalah 34.333 jiwa dengan 17.385 laki-laki dan 16.948 perempuan.

Desa/kelurahan yang paling tinggi penduduknya adalah desa Rimba Melintang sebanyak 6.781 jiwa. Sedangkan jumlah penduduk terendah adalah desa Harapan Jaya dengan jumlah penduduk sebanyak 1.027 jiwa. Desa Rimba Melintang merupakan desa paling padat penduduknya dikecamatan Rimba Melintang dengan kepadatan penduduk mencapai 601 jiwa/km², sedangkan yang paling jarang penduduknya adalah Desa Pematang Botam dengan kepadatan Penduduk 21 jiwa/Km².

b. Kondisi Wilayah

Kecamatan Rimba Melintang secara geografis terdiri dari dataran tinggi beriklim tropis. Sebagian tanah di Kecamatan Rimba Melintang terdiri dari lahan gambut, tanah liat. Didaerah ini terdiri dari dua musim yaitu musim penghujan dan musim kemarau. Kebanyakan dari wilayah Kecamatan Rimba Melintang adalah lahan pertanian terutama perkebunan kelabuhan sawit dan perkebunan karet.

c. Luas Wilayah

Kecamatan Rimba Melintang merupakan salah satu kecamatan induk pada saat pembentukan Kabupaten Rokan Hilir Tahun 2009 yang luas Kecamatannya

235,48 Km² atau sekitar 2,65 persendari total wilayah Kabupaten Rokan Hilir dan merupakan kecamatan dengan luas wilayah terkecil ketiga, ibukota Kecamatan Rimba Melintang terletak di Desa Rimba Melintang, dilihat dari lokasi wilayah desa/kelurahan di Kecamatan Rimba Melintang bertopografi dataran rendah/hamparan dengan ketinggian wilayah kecamatan 10 M dari permukaan laut dengan jarak keibukota Kabupaten 53 Km.

3 Gambaran Singkat Kecamatan Bangko Pusako

Kecamatan Bangko Pusako adalah salah satu Kecamatan yang ada di Kabupaten Rokan Hilir, dengan jumlah penduduk 69.904 jiwa. Kecamatan bangko Pusako berjarak 65 KM dari ibukota Kabupaten Rokan Hilir. Bentuk wilayah Kecamatan Bangko Pusako secara umum datar sampai bergelombang. Topologi Kecamatan bangko Pusako merupakan iklim tropis suhu udara maksimum sekitar 30⁰C sedangkan suhu udara minimum 20⁰C.

Wilayah administratif Kecamatan Bangko Pusako terdiri dari 16 (enam belas) kepenghuluan, umumnya masyarakat di wilayah ini mengandalkan ekonomi pada produk-produk perkebunan tanaman keras seperti tanaman karet dan kelapa sawit.

a. Keadaan Penduduk

Penduduk Kecamatan Bangko Pusako dari data terbaru pada tahun 2014 berjumlah 55.348 jiwa, yang tersebar dalam 16 Kepenghuluan.

b. Kondisi Wilayah

Kecamatan Bangko Pusako secara geografis terdiri dari dataran tinggi beriklim tropis. Sebagian tanah di Kecamatan Bangko Pusako terdiri dari lahan gambut, tanah liat. Didaerah ini terdiri dari dua musim yaitu musim penghujan dan musim kemarau. Kebanyakan dari wilayah Kecamatan Bangko Pusako adalah lahan pertanian terutama perkebunan kelabuhan sawit dan perkebunan karet.

c. Luas Wilayah

Kecamatan Bangko Pusako mempunyai luas 1405,05 Km² atau 14005,05 hectare yang mana daerah desa yang sangat luas adalah Desa Bangko Sempurna yang memiliki luas 448,2 Km² atau 32% dari seluruh wilayah kecamatan bangko pusako dan untuk desa Teluk Bano I seluas 270 Km² atau 18% dari seluruh wilayah Kecamatan Bangko Pusako ini adalah luas kedua dari desa yang ada di Kecamatan Bangko Pusako. Sedangkan Luas desa terkecil di Kecamatan Bangko Pusako adalah Desa Bangko Makmur yang hanya mempunyai luas 12 Km² dari luas Kecamatan Bangko Pusako.

B. Biografi Dedi Humadi

Dedi Humadi dilahirkan di Bangko Kanan, pada tanggal 14 September 1972 berasal dari suku melayu, Agama Islam, beliau tinggal di jalan utama Bangko Kiri Kecamatan Bnagko Pusako. Adapun dari tingkat pendidikan SDN 053 Bangko Kiri, SMPN 1 Bangko Kiri, SMAN 2 Bagan Siapi-api.

Pengalaman organisasi yang pernah beliau ikuti yaitu Organiasai Muhammadiyah Bangko Kiri menjabat sebagai ketua, Organisasi Karang Taruna Kecamatan Bangko Pusako menjabat sebagai Ketua, pernah menjadi Seketaris Desa Bangko Kiri, Organisasi Pemuda Pancasila Kecamatan Bangko Pusako menjabat sebagai wakil ketua, dan Organisasi KNPI Kabupaten Rokan Hilir menjabat Sebagai Wakil.

Beliau pernah menjadi ketua dewan periode 2006-2009 dan pernah duduk di komisi 1 A DPRD Kabupaten Rokan Hilir, dan saat ini masih melanjutkan lagi di komisi 1 A DPRD Kabupaten Rokan Hilir.

BAB III

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK DEDI HUMADI TAHUN 2014

Pemilihan Umum Legislatif merupakan wujud nyata demokrasi yang

merupakan hak masyarakat dalam memilih dan menentukan wakil rakyat yang akan memperjuangkan kepentingan mereka. Dalam setiap pemilihan umum, setiap calon yang bertanding pada pesta demokrasi ini tentunya memiliki strategi masing – masing yang bertujuan untuk memenangkan pemilihan umum dengan memperoleh dukungan masyarakat sebanyak – banyaknya.

A. Komunikasi Politik

Komunikasi merupakan suatu hal yang penting, tanpa adanya komunikasi semua yang direncanakan tidak akan pernah berhasil direalisasikan, oleh sebab itu diperlukan komunikasi yang efektif. Sebab dengan komunikasi yang efektif akan dapat menciptakan hubungan kerjasama yang baik antar individu yang ada didalam suatu organisasi atau dengan organisasi lainnya, selain itu komunikasi yang efektif akan menciptakan suasana yang kondusif sehingga dalam aktifitas yang dilakukan dapat berjalan sesuai dengan perencanaan, selain itu terhindar dari kesalahpahaman didalam melakukan aktifitas.

Dalam menyampaikan berbagai kepentingan dan tuntutan yang dimiliki oleh berbagai kelompok kepentingan dalam masyarakat, serta dalam proses artikulasi, agregasi, sosialisasi, dan rekrutmen politik dengan sendirinya terjadi komunikasi politik yang dapat berlangsung secara tatap muka (antarpersona) maupun melalui media interaktif atau media sosial maupun melalui media massa sesuai dengan urgensinya. Demikian juga komunikasi politik berfungsi dalam meneruskan aspirasi masyarakat dari infrastruktur kepada suprastruktur politik. Dalam hal itu komunikasi politik adalah proses yang berjalan dari suatu subsistem kesubsistem yang lain dalam sistem politik secara berkesinambungan komunikasi politik juga berfungsi dalam melibatkan individu-individu dengan kelompoknya (Anwar Arifin, 2011:18).

Dalam melakukan komunikasi politik Dedi Humadi dibantu oleh Tim Relawan yang terdiri dari orang-orang yang memiliki pengaruh besar dilingkungannya hal ini dilakukan Dedi Humadi agar pesan politik yang disampaikan oleh tim relawan dapat dimengerti oleh masyarakat dan masyarakat bisa percaya. Selain itu tim relawan dalam melakukan komunikasi politik selalu berkoordinasi dengan Dedi Humadi agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap pesan yang disampaikan.

Pesan-pesan yang disampaikan oleh Dedi Humadi menyangkut kebutuhan daerah dan masyarakat Kabupaten Rokan Hilir khususnya daerah pemilihan 2, seperti masalah politik, ekonomi, pendidikan, sosial masyarakat dan pembangunan infrastruktur, sehingga pesan tersebut mampu menciptakan simpati masyarakat Kabupaten Rokan Hilir. Tetapi yang sering disampaikan kepada masyarakat adalah visi Dedi Humadi “pemerataan pembangunan infrastruktur dan meningkatkan perekonomian masyarakat di Kabupaten Rokan Hilir”, hal ini disampaikan beliau karena untuk mengingatkan kembali kepada masyarakat tentang program yang sudah berhasil beliau perjuangkan di dewan, sehingga masyarakat bisa memilih anggota legislatif yang sudah teruji kinerjanya.

B. Strategi Komunikasi Politik Dedi Humadi

Strategi komunikasi politik dalam menghadapi Pemilu legislatif merupakan perencanaan yang cermat yang disusun dan dilaksanakan oleh tim sukses 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 calon tersebut.

Dedi Humadi merupakan salah satu calon yang akan bertarung pada pemilihan

umum legislatif di Kabupaten Rokan Hilir pada tahun 2014 ini merupakan salah satu calon *incumbent* atau yang sudah menjabat pada periode sebelumnya. Pada pemilihan umum legislatif kali ini, Strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh Dedi Humadi bertujuan untuk mempertahankan dukungan yang sudah ada dan meningkatkan jumlah pendukung.

Untuk mempermudah penulis dalam menganalisis strategi komunikasi politik Dedi Humadi pada pemilihan umum legislatif di Kabupaten Rokan Hilir Tahun 2014, maka penulis akan menggunakan teori *Strategi Positioning* sebagai acuan penulis dalam menganalisa kemenangan Dedi Humadi.

Strategi komunikasi politik yang digunakan oleh Dedi Humadi adalah dengan melakukan komunikasi secara berkelanjutan atau tetap menjaga hubungan dengan masyarakat yang telah memilih beliau pada pemilihan umum legislatif periode sebelumnya. Hal ini dapat diartikan sebagai Strategi *Positioning* atau strategi untuk merebut dan mempertahankan pasar menurut Adman Nursal dalam Toni Andrianus Pito (2006:210) dapat dilakukan dengan memperhatikan dan kinerja sebuah kontestan (kandidat atau partai politik), dengan tetap memelihara atau mempertahankan pemilih dan masyarakat yang loyal kepadanya dengan tujuan agar dapat menang pada pemilihan umum legislatif periode selanjutnya.

1. Kampanye Politik

Menurut Ardial (2008:191) kampanye politik adalah bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang atau organisasi politik dalam waktu tertentu untuk memperoleh dukungan politik dari rakyat. Pada umumnya, kampanye politik diatur dengan peraturan tersendiri yaitu waktu, tata cara, pengawasan, dan sanksi-sanksi jika terjadi pelanggaran oleh penyelenggara kampanye.

Dalam melakukan kampanye dan pendekatan kepada masyarakat Dedi

Humadi turun langsung ke masyarakat dari rumah kerumah dibantu oleh tim relawan, selain itu beliau juga memberikan bantuan kemasyarakatan berupa bantuan sosial yang bisa dirasakan oleh masyarakat umum.

2. Retorika Politik

Menurut Anwar Arifin (2011:126) Retorika adalah suatu seni dan teknik dalam berkomunikasi yang banyak diaplikasikan dalam kegiatan politik. Retorika yang berasal dari bahasa Yunani *Rhetorica*, memang berarti seni berbicara. Pada awalnya, retorika digunakan dalam perdebatan-perdebatan di ruang pengadilan, atau dalam perdebatan-perdebatan antar personal. Oleh karena itu, pada awalnya retorika adalah komunikasi yang bersifat dua arah atau dialogis, yaitu antara satu dengan satu lain. Retorika juga dapat berlangsung satu orang berbicara kepada satu orang atau beberapa orang. Untuk saling mempengaruhi dengan cara persuasif dan timbal balik (dua arah). Itulah sebabnya retorika politik dikembangkan juga sebagai kegiatan seni, yaitu seni berbicara. Kemudian, pengertian ini dikembangkan juga menjadi suatu ilmu pengetahuan tersendiri. (Ardial, 2008:181).

Dalam melakukan pidato politik Dedi Humadi selalu menggunakan retorika politik untuk membangun citra dimasyarakat, sehingga masyarakat simpati dan mengerti apa yang disampaikan Dedi Humadi mengenai program-program yang akan dilaksanakan oleh Dedi Humadi.

3. Public relations politik

Menurut Anwar Arifin (2011:77) *Public relations* politik sebagai bentuk kegiatan dalam melakukan hubungan dengan masyarakat, secara jujur (tidak berbohong), terbuka, rasional (tidak emosional), dan timbal balik (dua arah). Dengan demikian dapat terjalin hubungan yang harmonis antara pemerintah dengan masyarakat, yang dimulai dengan rasa memiliki (*sense of belonging*) bagi masyarakat. Tujuannya agar masyarakat memperoleh citra yang baik terhadap

pemerintah sehingga memberikan dukungan yang positif.

Dalam menjaga hubungan baik dengan masyarakat Dedi Humadi membuktikan bahwa tidak ada jarak antara masyarakat dengan perwakilannya, masyarakat bebas untuk menyampaikan aspirasinya kapanpun. Sehingga masyarakat tidak perlu merasa sungkan untuk menemui anggota Dewan, karena anggota Dewan itu di pilih untuk melayani masyarakat bukan untuk dilayani masyarakat.

4. Media Politik

Saluran atau media politik ialah alat atau sarana yang digunakan oleh para komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan politiknya. Misalnya media cetak, yaitu surat kabar, tabloid, majalah. Media elektronik, misalnya film, radio, televisi, komputer, internet. Media format kecil, misalnya, leaflet, brosur, selebaran, stiker, bulletin. Media luar ruang (outdoor media), misalnya baliho, spanduk, reklame, bendera, jumbai, pin, logo, topi, rompi, kaos oblong, kalender, blok note, dan segala sesuatunya yang biasa digunakan untuk membangun citra image building. (Cangara, 2009:37)

Dalam mensosialisasikan Dedi Humadi tim relawan menggunakan media cetak yaitu stiker, spanduk, baleho, dan membagikan kalender, dilakukannya sosialisasi melalui media ini untuk mengajak masyarakat memilih kembali Dedi Humadi pada pemilihan legislatif tahun 2014 dengan slogan “*yuk rame-rame coblos nomor 4*”.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kemenangan Dedi Humadi dapat disimpulkan berdasarkan *strategi Positioning*, yang mana kemenangan itu dicapai atas strategi komunikasi politik yang mengedepankan keunggulan Dedi Humadi dibanding calon legislatif yang

lain, tawaran program kerja Dedi Humadi yang disesuaikan dengan kondisi masyarakat daerah pemilihan dua. Adapun strategi komunikasi politik Dedi Humadi adalah melakukan 1). Kampanye Politik yaitu dengan cara tatap muka, memberi bantuan sosial, diskusi dengan masyarakat. 2) Retorika politik dilakukan dengan cara mempersiapkan/membuat pesan politik yang mudah dimengerti saat berpidato dengan masyarakat. 3) *Public relations* politik dilakukan dengan cara selalu berusaha menjaga hubungan baik dengan masyarakat, aktif mengikuti kegiatan sosial, tidak ada jaga jarak dengan masyarakat. 4) Media massa, yaitu dengan cara spanduk, baleho, kalender. dan stiker menggunakan slogan “*yuk rame-rame coblos nomor 4*” .Dengan strategi tersebut Dedi Humadi berhasil menjadi anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Rokan Hilir pada periode 2004, 2009, dan terpilih lagi pada periode 2014 dengan memperoleh suara sebanyak 3.730 suara dari daerah pemilihan 2 yaitu Kecamatan Bangko Pusako, Kecamatan Rimbo Melintang, dan Kecamatan Tanah Putih Tanjung Melawan,

B. Saran

1. Dalam melakukan strategi komunikasi politik pemenangan Dedi Humadi seharusnya sosialisasi dilakukan diseluruh daerah pemilihan tak terkecuali Kecamatan Tanah Putih Tanjung Melawan agar dapat memperoleh suara lebih banyak lagi, hal ini dilihat dari hasil prolehan suara Dedi Humadi di Kecmatan Tanah Putih Tanjung Melawan hanya mendapat 30 suara.
2. Sebaiknya Tim pemenangan yang dibentuk Dedi Humadi tidak hanya focus pada dua Kecamatan yaitu Kecamatan Bangko Pusako dan Kecamatan Rimba Melintang, tetapi tersebar diseluruh dapil 2 yang merupakan daerah pemilihan Dedi Humadi. Karena penulis

melihat tidak adanya tim pemenangan Dedi Humadi di Kecamatan Tanah Putih Tanjung Melawan.

3. Untuk lebih dikenal masyarakat penulis menyarankan Dedi Humadi membuat slogan yang unik sehingga mudah diingat oleh masyarakat.

Daftar Pustaka

Buku :

- Abdullah, Zein. 2008. *Strategi komunikasi Politik dan Penerapannya*. Bandung : Simbiosis
- A.Dahl, Robert, 1992, *Demokrasi dan Para Pengkritiknya*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Afan, Gaffar. 2002, *Politik Indonesia; Transisi Menuju Demokrasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arifin, Anwar. 2006, *Komunikasi Politik (Paradigma – Teori – Aplikasi – Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia)*, Jakarta : PT. Balai Pustaka.
- _____, 2011, *Komunikasi Politik, Paradigma, Teori, Aplikasi, Strategi komunikasi Politik di Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Ardial, 2008, *Komunikasi Politik*, Jakarta : PT. Indeks.
- Bagong, Suyanto, dkk. 2005. “*Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*”, Jakarta: Kencana.
- Firmanzah. 2007. *Marketing Politik antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor indonesia.
- Hafied Cangara, *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*, (Jakarta, Rajawali 2009
- Heryanto, Gun Gun dan Ade Rina Farida, 2011, *Komunikasi Politik*, Jakarta: Lemlit UIN Jakarta.

- Nimmo, Dan, 2004, *Komunikasi Politik, Komunikator, Pesan, dan Media*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nursal, Adman. 2004. *Political marketing strategi memenangkan pemilu sebuah pendekatan baru kampanye pemilihan DPR,DPR, Presiden*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Pito, Toni Andrianus, 2013, *Mengenal Teori-Teori Politik*, Bandung: Penerbit Nuansa Indah.
- Rahman H.I, A, 2007, *Sistem Politik Indonesia*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Saepul Muhtadi, Asep, 2008, *Komunikasi Politik Indonesia, Dinamika Islam Politik Masa Orde Baru*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sumarno, 1993, *Pengantar Studi Komunikasi Politik*, Bandung : Orba Shakti
- Uchjana, Effendy, Onong, 2002, Onong, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Perundang – Undangan

Undang-undang Nomor 8 Tahun 2012 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah

Skripsi

- Mochammad Rifqi Ridho, 2009, *Strategi Komunikasi Politik dalam Perolehan Suara Partai Persatuan Pembangunan (PPP) pada Pemilu Legislatif 2009 di Kabupaten Tegal*. Jurusan Ilmu Pemerintahan,
- Zulfikar, 2010, *Strategi Komunikasi Politik PAC Partai Gerindra Limo Dalam Pemilu Legislatif Di Depok, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.