

# PERANAN KOMUNIKASI POLITIK PARTAI KEADILAN SEJAHTERA DALAM MEMPERTAHANKAN KEPERCAYAAN PUBLIK DI DAERAH PILIHAN III KOTA MEDAN

Oleh:

H.Jumadi <sup>1)</sup>

Irene Silviani <sup>2)</sup>

Universitas Darma Agung, Medan <sup>1,2)</sup>

E-mail:

[h.jumadi09081967@gmail.com](mailto:h.jumadi09081967@gmail.com) <sup>1)</sup>

[irenesilviani@yahoo.co.id](mailto:irenesilviani@yahoo.co.id) <sup>2)</sup>

## ABSTRACT

*This study aims at analyzing how the role of political communication in maintaining public confidence in the Prosperous Justice Party (Partai Keadilan Sejahtera) Constituency III Medan City. The research method used in this study is qualitative research. The results show that the role of political communication in maintaining trust in the Prosperous Justice Party (Partai Keadilan Sejahtera) Constituency III Medan City was going well where as a political commander was able to convey his political messages through the party and was able to be carried out by the PKS by running well by invites the public to dialogue and adjust with the community's educational background and give the contents of the message clearly and in detail so as to be able to arouse attention arousing interest and interest so as to have a strong willingness to accept the decision of the message. Besides that, in delivering messages to the PKS community, they directly approached religious leaders in District III of Medan City.*

**Keywords: Political Communication and Maintaining Public Trust**

## ABSTRAK

*Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana peranan komunikasi politik didalam mempertahankan kepercayaan publik terhadap diPartai Keadilan Sejahtera Daerah Pilihan III Kota Medan. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran komunikasi politik di dalam mempertahankan kepercayaan terhadap di Partai Keadilan Sejahtera Daerah Pilihan III Kota Medan sudah berjalan dengan baik dimana sebagai seorang kominkator politik mampu menyampaikan pesan-pesan politiknya melalui partai dan mampu dilakukan oleh pihak PKS telah berjalan dengan baik dengan cara mengajak masyarakat untuk berdialog dan penyesuaian dnegan latar belakang pendidikan masyarakat dan mmeberikan isi pesan secara jelas dan terinci sehingga mampu membangkitkan perhatian menimbulkan minat dan kepentingan sehingga memiliki kemauan yang kuat untuk menerima keputusan dari pesan. Disamping itu dalam penyampain pesan terhadap masyarakat PKS mendekati langsung para tokoh-tokoh agama yang ada di Dapil III Kota Medan.*

**Kata Kunci: Komunikasi Politik dan Mempertahankan Kepercayaan Publik**

## 1. PENDAHULUAN Latar Belakang

Partai Keadilan Sejahtera menjadi salah satu partai Islam harus di memperhitungkan awal kemunculan

Partai Keadilan Sejahtera, yang mana tingkat kesuksesan mampu meraih keberhasilan jadi poros partai dalam menyaingi sehingga unggul dalam partai islam. Kemampuan Partai keadilan Sejahtera mampu bertahan hingga saat ini dengan kehadiran partai Demokrat menjadi salah satu pesaing yang tinggi sejak ditahun 2019 namun demikian Partai Keadilan Sejahtera mampu menduduki anggotanya pada parlemen yang melebihi partai islam.

Performa Partai Keadilan Sejahteramulai menampilkan diri pada pemilihan kepala daerah di berbagai daerah di seluruh Indonesia misalnya pemilihan kepala daerah Daerah Jakarta, daerah Kalimantan selatan, daerah sumatera utara serta pemilihan kepala daerah Jawa Barat. Partai Keadilan Sejahtera berkemampuan menggungguli jumlah suara sampai dua kali periode dalam pemilihan kepala daerah situasi demikian membuktikan bahwa eksistensi dan elektabilitas Partai Keadilan Sejahtera tidak tersentuh berbagai masalah seperti melkakukan korupsi, kekisruhan dalam internal partai dan eksternal, keterlibatan para elit Partai Keadilan Sejahtera dan pilihan Partai Keadilan Sejahtera mampu melakukan lebih terbuka pada semua agama maupun golongan.

Partai Keadilan Sejahtera bermulanya melakukan pencitraan sebagai partai dengan sebutan gerakan tarbiyah yang tentunya mampu menjadi parati yang eksklusif dan dengan Gerakan Tarbiyah merupakan gerakan dengan konsep Tarbiyah Islamiyah yaitumenciptakan kader yang beriman agar terciptanya kekondisifan serta keseimbangan dalam pencapaian suatu tujuan, perkataan, tindakan untuk mencapai keridhaan Allah SWT. (Taufik, 2009: 34).

Proses komunikasi yang dilakukan dalam interaksi antarmanusia terdapat dalam berbagai dimensi kehidupan. Lingkup komunikasi juga menembus dimensi politik. Dalam

kehidupan sehari-hari, sebuah proses yang berawal dari komunikasi atau sumber (Source) merupakan individu serta berusaha melakukan komunikasi secara. Komunikasi merupakan cara manusia untuk berinteraksi satu dengan yang lainnya, yang dimaksudkan untuk menyampaikan pesan dari pengirim ke penerima.

Untuk itu, semua kegiatan Partai Keadilan Sejahtera sebagai pendukung maupun yang dilakukan rakyat pada umumnya, merupakan bentuk politik komunikasi. Komunikasi politik yang dilakukan Partai Keadilan Sejahtera dalam bentuk public speaking dalam menyampaikan pesan di ruang terbuka maupun dalam kelompok kecil yang kejadiannya hamper di seluruh Indonesai mampu melakukan pengamatan dengan melalui berbagai elemen yang melekat di komunkasi politik.

Dalam penerapan komunikasi politik di setiap aspek pastinya memiliki peranan sendiri, sehingga walupun masih tetap memiliki suatu hubungan baik langsung maupun secara tidak langsung di dalam penerapannya. Elemen-elemen dalam komunikasi politik seperti seorang komunikator yang baik, pesan politik, media yang digunakan, khalayak, dan akibat yang ditimbulkan. Penyampaian isi pesan politik harus mampu menggunakan strategi dalam persuasi sebagai tata cara dala penyampaian melalui propognda dengan memamkai bersifat propaganda dalam menggiring opini public.

Dalam sebuah organisasi politik tentunya di butuh kan sebuah strategi yang besifat persuasive yaitu penggunaan suatu alat dari suatu kelompok yang terstruktur baik itu secara kelompok guna pencapaian seseorang secara psikologis yang di manipulasi serta penggabungan pada organisasi politik. Pelaksanaan dalam melakukan berbagai iklan politik yang arahnya pada kelompok massa yang bersifat heterogen dan berpublik speaking merupakan bagian dari

komunikasi transaksional dalam memiliki suatu manfaat dalam bentuk timbal balik. Jika tidak ada alat komunikasi dalam penyampaian pesan sehingga pesan tersebut mampu dipahami masyarakat luas dan pencapaian public dapat efektif dalam sebuah iklan.

Sedangkan public speaking yang berhubungan dengan komunikasi dihadapan public, agar lebih terarah pada public speaking yang bersifat deliberative yaitu yang jenis public speaking yang tindakannya harus diambil melalui masyarakat luas, sehingga mampu mempengaruhi atau menjabarkan berbagai aspek yang menarik secara simpatik dan perhatian. Partisipasi Partai Keadilan Sejahtera merupakan aspek penting dari demokrasi. Suatu partisipasi adalah merupakan ciri tersendiri dengan kehadiran politik bersifat moderinisasi.

Pemahaman politik dalam suatu Negara tergantung dengan tingkat kesadaran bagaimana masyarakatnya melakukan pemahaman serta pelaksanaannya dalam berpolitik. Di Negara maju biasanya lebih tinggi kesadaran politiknya di banding dengan Negara yang sedang berkembang, tetapi dalam kenyataan kepemimpinan politik ditentukan oleh masyarakat yang seberapa besarnya warga berpartisipasi dalam berpolitik. Besaran masyarakat dalam berpartisipasi politik adalah merupakan golongan elit penguasa.

Dalam hal lain tidak semuanya masyarakat dipengaruhi pengambilan keputusan, sebagai warga Negara pastinya ikut serta dalam proses politik. Dengan mempengaruhi berkehidupan dan berbangsa sebagai warga Negara yang memiliki paham bernegara relative sangat rendah. Sementara system demokrasi berlandaskan pemikiran untuk menuju modernisasi dengan tema partisipasi politiknya bahwa politik tersebut berjalan dengan baik, maka tingkat suatu kedaulatan ada pada masyarakat luas yang partisipasi politik

warga negara cenderung pelaksanaannya dapat dilakukan oleh rakyat meningkat.

Menurut Hafied Cangara (2016:30) Kesadaran politik adalah kesadaran akan hak dan kewajiban sebagai warga negara. Kesadaran berpolitik dapat diartikan bahwa masyarakat luas memberikan perhatian pada suatu masalah kenegaraan atau pembangunan, kesadaran politik merupakan suatu proses yang bersifat urgen dalam urusan kenegaraan serta berkehidupan dalam masyarakat luas dan bernegara.

Ada 4 (empat) faktor kesadaran yang memiliki berbagai tahapan yang mulai dari tertinggi sampai ke tingkat terendah yaitu pola perilaku, pengetahuan, pemahaman serta sikap. Pengetahuan merupakan proses dari sebuah hasil mengingat materi yang sebelumnya telah dipelajari. Orang tahu harus bisa mendefinisikan materi atau objek tersebut.

Pemahaman merupakan sebuah hasil dari kemampuan mengartikan secara benar tentang objek yang dapat diketahui serta menginterpretasikan suatu bahan materi dengan benar, penjelasan tentang sikap merupakan kesiapan dan kesediaan dalam bertindak dari sipenerima dan menanggapi serta bertanggung jawab dan menghargai suatu objek. Sedangkan tindakan adalah sesuatu yang dilakukan atau perbuatan. Penelitian ini fokus pada penelitian dalam mempertahankan suara PKS pada tahun 2019.

Seiring waktu berjalan, Partai Keadilan Sejahtera terus melakukan pembenahan-pembenahan, berbagai kegiatan partai telah dilakukan demi mendapatkan kepercayaan masyarakat, yang mana pada tahun 2014 Partai Keadilan Sejahtera memiliki dampak yaitu penurunan jumlah suara, hal ini jelas membuat partai dalam keadaan krisis kepercayaan masyarakat, mulai dari tahun 2009 Partai Keadilan Sejahtera mengalami kenaikan jumlah suara, pada tahun 2014 Partai Keadilan Sejahtera mengalami penurunan

suara dan ditahun 2019 Partai Keadilan Sejahtera mampu bangkit dari keterpurukan yang membuahkan hasil walaupun kenaikannya masih dibawah signifikan, peneliti melakukan bahwa penelitian ini bertujuan guna bagaimana kedepannya peneiliti mempertahankan banyaknya jumlah suara pada tahun 2019.

Berikut daftar perbandingan jumlah Daerah Pemilihan III Kota Medan Tahun 2009 dan 2014 sampai dengan 2019:.

**Tabel.1.1**  
**Parta Keadilan Sejahtera Kota Medan**

No	Kecamatan	Tahun 2009	Tahun 2014	Tahun 2019
1	Medan Tembung	11.715	6.2268	9.179
2	Medan Perjuangan	7.893	3.842	5.588
3	Medan Timur	8.758	5.861	7.141
Jumlah		28.366	15.971	21.908

Sumber: Jumlah Suara Daerah Pemilihan III Kota Medan Tahun 2014 dan 2019

Fenomena politik yang terjadi pada tubuh partai di tahun 2014 mengalami penurunan yang sangat drastis yang disebabkan isu prkatek korupsi yang ada pada kader Partai Keadilan Sejahtera, berbagai fitnah muncul dalam pemberitaan setiap harinya baik itu melalui media massa, televisi, Partai Keadilan Sejahtera dituduh sebagai penjual ayat-ayat dalam memudahkan kebijakan pemerintah sehingga sulit mengembalikan rasa kepercayaan masyarakat terhadap partai, sehingga suara Partai Keadilan Sejahtera jauh perbandingan dibanding dengan partai-partai yang baru muncul.

Pada tahun 2019 Partai Keadilan Sejahtera mulai berbenah diri dan mengaveluasi dengan melakukan berbagai program-program yang dilakukan para kader mulai mengajak

dan menggerakkan masyarakat dalam aksi berbagai kegiatan politik dalam pembinaan umat terhadap kebijakan pemerintah yang dianggap tidak memberikan keadilan secara nasional maupun internasional, para kader rela berinfak dalam kepentingan dakwah, para kader merasa percaya diri bahwa dalam segala perbuatan yang mulia adalah merupakan suatu perjuangan pada kader-kader Partai keadilan Sejahtera.

Kader Partai Keadilan Sejahteramulaia melakukan evaluasi-evaluasi seperti mendapatkan pembekalan diri berupa materi melalui liqo atau pertemuan-pertemuan kecil yang dilakukan setiap pekan dari rumah kerumah juga dari mesjid ke mesjid berbekal dengan pemahaman yang dimiliki oleh kader-kader dakwah baik laki maupun perempuan mereka saling bersinergi dan bekerjasama untuk mengajak masyarakat masuk sebagai anggota partai.

Untuk mengembalikan kesadaran masyarakat terhadap Partai Keadilan Sejahtera, partai membuka diri dan tidak membatasi dan menutup diri untuk mengajak masyarakat terlibat secara langsung pada Partai keadilan Sejahtera. Partai Keadilan Sejahtera merupakan partai yang menganut Ideologi secara terbuka dan menerima berbagai keberagaman terhadap masyarakat maupun dari berbagai identitas yang berbeda.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti membahasnya melalui penelitian dalam bentuk tesis dengan judul“Peranan Komunikasi Politik Partai keadilan Sejahtera Dalam mempertahankan Kepercayaan Publik di daerah Pemplihan III Kota Medan Medan”.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### Teori Komunikasi Politik

Menurut Hafied Cangara (2016:11) Membicarakan komunikasi politik tidak semudah dengan membicarakan gerakan politik. Kesulitan itu muncul karena ada dua konsep yang mengusung disiplin ilmu

yakni konsep “komunikasi” dan konsep “politik”. Suatu kajian yang dibangun oleh dua bidang ilmu sering menimbulkan masalah dalam mengintegrasikan kedua konsep tersebut. Disiplin ilmu komunikasi yang lebih dominan daripada disiplin politik, maka sebaliknya disiplin politik yang mendominasi studi komunikasi.

Menurut Hafied Cangara (2016:12) Komunikasi politik adalah sebuah studi yang interdisiplinari yang dibangun atas berbagai macam disiplin ilmu, terutama dalam hubungannya antara proses komunikasi dan proses politik. Ia merupakan wilayah pertarungan dan dimeriahkan oleh persaingan teori, pendekatan, agenda dan konsep dalam membangun jati dirinya. Karena itulah komunikasi yang dibicarakan tentang politik, kadang diklaim sebagai studi tentang aspek-aspek politik dari komunikasi public, dan sering dikaitkan sebagai komunikasi yang membicarakan tentang politik yang bagian dari komunikasi public.

Menurut Hafied Cangara (2016:12) Meskipun upaya untuk mempertemukan dua bidang ilmu yang berbeda bukan pekerjaan mudah, bahwa komunikasi politik adalah salah satu masukan yang menentukan bekerjanya semua fungsi dalam sistem politik. Komunikasi politik menyambungkan semua bagian dari sistem politik sehingga dengan demikian aspirasi dan kepentingan dikonversikan menjadi berbagai kebijaksanaan.

Dilihat dari tujuan politik, maka hakikat komunikasi politik adalah upaya kelompok manusia yang mempunyai orientasi pemikiran politik atau ideologi tertentu dalam rangka menguasai dan atau memperoleh kekuasaan, dengan kekuatan mana tujuan pemikiran politik dan ideologi tersebut dapat diwujudkan, memandang orientasi komunikasi politik telah menjadikan dua hal sangat jelas: pertama, bahwa komunikasi politik selalu berorientasi pada nilai atau berusaha mencapai tujuan; nilai-nilai dan tujuan itu sendiri dibentuk di dalam dan oleh proses perilaku yang sesungguhnya

merupakan suatu bagian; dan kedua, bahwa komunikasi politik bertujuan menjangkau masa depan dan bersifat mengantisipasi serta berhubungan dengan masa lampau dan senantiasa memperhatikan kejadian masa lalu. Seperti yang pernah dikemukakan oleh banyak ahli, terutama Harold D Laswell (2016:2) dengan formula “*Who says what, in which channel, to whom, with what effect*”, komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari sumber komunikasi kepada penerima, yang berlangsung bisa menggunakan saluran (medium) maupun secara bertatap muka. Umpan balik sebagai balikan atas pesan yang telah diterima oleh penerima dalam proses komunikasi tersebut sangat berguna untuk menilai bagaimana akibat yang terjadi dari proses komunikasi.

Komponen-komponen komunikasi tersebut merupakan basis bagi terjadinya proses komunikasi politik dalam suatu masyarakat. Untuk memperjelas pemahaman berikutnya tentang komunikasi politik, Menurut Alwi Dahlan (2010:6) mengemukakan bahwa, sebagai bidang kajian ilmu, komunikasi politik merupakan bidang atau disiplin yang menelaah perilaku dan kegiatan komunikasi yang bersifat politik, mempunyai akibat politik, atau berpengaruh terhadap perilaku politik.

Berbasis pada formulasi komunikasi demikian saja menurut Fagen nampaknya terlalu sederhana, karena alur yang komunikasi politik berjalan satu arah (linier) dari sumber komunikasi sebagai pemrakarsa kepada orang lain sebagai penerimanya. Namun demikian agar memenuhi tujuan, rumusan tersebut perlu dimodifikasi. Tanpa ada teori politik umum yang didasarkan pada komunikasi, akan muncul kesulitan bagi “suatu pendekatan untuk studi politik”, suatu pendekatan di mana komunikasi sebagai suatu proses menjadi inti pemahaman, sehingga secara hipotetik nampak berkembang. Fagen menambah usulan bahwa untuk

kepentingan penelitian terdapat 3 hal yang penting:

- a) Komunikasi sebagai proses mengisi politik sebagai suatu kegiatan.
- b) Apabila hal-hal itu tidak jelas benar, maka dapat digambarkan beberapa aspek kehidupan politik sesuai tipe-tipe komunikasi.
- c) Karena proses komunikasi memiliki kemampuan mengisi dan elastis dari perbendaharaan konsep ilmu politik, maka ada suatu literatur yang mungkin relevan bagi studi politik dan komunikasi.

### **Unsur-Unsur Komunikasi Politik**

Menurut Hafied Cangara (2016:31) seperti halnya dengan disiplin komunikasi lainnya, maka komunikasi politik sebagai body of knowledge juga terdiri atas berbagai unsur, yakni terdiri dari komunikator (penyampai pesan), message (pesan), komunikan (penerima pesan). Dan Nimmo dalam mengkaji komunikasi politik melibatkan unsur-unsur komunikator politik, pesan politik, media politik, khalayak politik, serta akibat-akibat komunikasi politik. Komunikasi politik merupakan pembicaraan politik yang melibatkan unsur-unsur komunikasi dengan akibat-akibat politik tertentu. Nimmo (1978:31) Adapun unsur-unsur komunikasi politik adalah:

- 1) Komunikator Politik  
Komunikator politik tidak hanya menyangkut partai politik, melainkan juga lembaga pemerintahan legislative dan eksekutif. Dengan demikian, sumber atau komunikator politik adalah mereka-mereka yang dapat memberi informasi dengan hal-hal yang mengandung makna atau bobot politik.
- 2) Pesan Politik  
Adalah pernyataan yang disampaikan baik secara tertulis maupun tidak tertulis, baik secara verbal maupun non verbal, tersembunyi maupun secara terang-terangan, baik yang

disadari maupun tidak disadari yang isinya mengandung bobot politik.

- 3) Saluran atau Media Politik  
Adalah merupakan alat atau sarana yang digunakan oleh para pakar komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan politiknya misalnya media massa dan media elektronik. Dalam saluran komunikasi kelompok termasuk didalamnya partai politik, organisasi profesi, ikatan alumni, organisasi sosial keagamaan, karang taruna sedangkan saluran komunikasi public termasuk didalamnya aula, balai desa, pameran, sekolah, kampus, panggung kesenian, saluran komunikasi social termasuk didalamnya pesta perkawinan, pertunjukan wayang, pesta rakyat, acara sunatan, pesta tani.
- 4) Sasaran atau Target Politik  
Adalah anggota masyarakat yang diharapkan dapat memberi dukungan dalam bentuk pemberian suara kepada partai atau kandidat dalam pemilihan umum. Mereka adalah pengusaha, pegawai negeri, buruh, pemuda, perempuan dan lain-lain.
- 5) Efek Komunikasi Politik  
Efek komunikasi politik yang diharapkan adalah terciptanya pemahaman terhadap sistem pemerintahan dan partai-partai politik, di mana nuansanya akan bermuara pada pemberian suara dalam pemilihan umum. Pemberian suara ini sangat menentukan terpilih tidaknya seorang kandidat untuk posisi mulai tingkat presiden, Anggota DPR, Gubernur, Anggota DPRD, Bupati.

### **Fungsi Komunikasi Politik**

Menurut Hafied Cangara dalam McNair (2016:33) sebagai disiplin ilmu,

maka komunikasi politik ada lima fungsi dasar, yakni:

1. Memberikan informasi kepada masyarakat apa yang terjadi di sekitarnya. Untuk itu media komunikasi diharapkan memiliki fungsi pengamatan, dan juga fungsi monitoring apa yang terjadi dalam masyarakat.
2. Mendidik masyarakat terhadap arti dan signifikansi fakta yang ada
3. Menyediakan diri sebagai platform untuk menampung masalah-masalah politik sehingga bisa menjadi wacana dalam membentuk opini public, dan mengembalikan hasil opini itu kepada masyarakat.
4. Membuat publikasi yang ditujukan kepada pemerintah dan lembaga-lembaga politik.
5. Dalam masyarakat yang demokratis, maka media politik berfungsi sebagai saluran advokasi yang bisa membantu agar kebijakan dan program-program lembaga politik dapat disalurkan kepada media massa.

### **Teori Kepercayaan**

Kepercayaan secara umum dipandang sebagai unsur mendasar bagi Keberhasilan suatu hubungan. Kanuk and Schiffman (2010;30) menegaskan bahwa : *"According to Nielsen's Customized Research Services, consumers' trust of a range of different consumer information sources reveals that word-of-mouth communications or recommendations from other consumers is in a league by itself in terms of being the most trusted source of consumer information (with 78 percent trusting such sources)"*. Tanpa kepercayaan suatu hubungan tidak akan bertahan dalam jangka waktu panjang.

Kepercayaan diartikan sebagai ketersediaan pada agen kemitraan dalam bisnis yang dapat dipercayai, pengertian kepercayaan di pasaran lebih cenderung menekankan pada perilaku seseorang yang mengacu pada masyarakat atas kualitas serta andalan

bidang jasa sehingga dapat diterima. Sedangkan kepercayaan dalam pemasaran industri, dikonseptualisasikan dalam kualitas hubungan serta kualitas hubungan yang mendominasi

Kepercayaan merupakan lumayan penting dalam menciptakan sebuah relasi yang mnaa suatu kepercayaan mampu menciptakan berbagai strategi-strategi dalam menciptakan rekan kerja sehingga melalui hubungan ini suatu kepercayaan sangat bernilai dalam suatu kelompok yang tujuannya adalah untuk menjalin suatu keseriusan atas hubungan tersebut.

Kepercayaan harusnya memberikan harapan yang berawal dari sebuah pertemuan-pertemuan serta resiko yang diperkirakan menyangkut sikap dengan harapan tersebut. Secara umum, baik bagi industri jasa maupun manufaktur mendasarkan hubungan jangka panjang dengan konsumennya atas dasar kepercayaan pihak konsumen terhadap perusahaan yang bersangkutan. Definisi kepercayaan sedikit berbeda sesuai dengan daerah penelitian.

Dalam pemasaran, meskipun kesulitan tertentu mengukur kepercayaan dan suatu perbedaan pendapat, consensus telah muncul dalam literature mendefinisikan kepercayaan sebagai harapan pada bagian dari individu bahwa tertulis atau lisan kata-kata, janji, atau pernyataan dari individu lain yang dapat diandalkan, atau harapan konsumen bahwa penyedia layanan mereka akan menepati janji. Kepercayaan dianggap sebagai suatu aksi, perilaku atau orientasi, suatu hubungan.

Sementara pada umumnya mengatakan jika kepercayaan yaitu kepercayaan melalui perasaan yang bersifat alamiah terhadap suatu keyakinan dimana seseorang bersedia bertindak, atau suatu pilihan. Beberapa definisi kepercayaan pelanggan (customer trust) menurut beberapa ahli, sebagai berikut: *"Trust as confidence that one will find what is desired from another, rather than*

*what is feared Such trust may be seen as the confidence that weaknesses of exchange partners will not be exploited. Brand trust thus, means that there is an expectation that dealings /experiences with the brand will result in a positive outcome for the consumer” .* Sementara itu, menurut Rofiq (2007:32) menyatakan bahwa “Kepercayaan (trust) yaitu keyakinan pada orang lain dalam sebuah hubungan pada umumnya berdasarkan atas kepercayaan seseorang untuk dapat dipercayai secara baik sesuai apa yang diharapkan”.

Purwanto Waluyodan Gatot Yulianto Dalam Crosby, Waluyo, (2004:349), menyatakan “Kepercayaan adalah suatu kemauan atau pertukaran mitra dalam menjalin sebuah hubungan dalam bentuk jangka panjang sehingga menghasilkan kinerja bersifat positif. Suatu keyakinan adalah untuk mempererat suatu hubungan dengan sebuah perusahaan untuk saling mempercayai pada orang lain agar terorganisir dalam menggunakan orang-orang baik secara efektif untuk memiliki suatu nilai tambah pada perusahaan tersebut.

Pendapat senada dikemukakan oleh Parasuraman dalam NorAsiah, (2009:302): Kepercayaan adalah suatu prasyarat dalam suatu jabatan pemasaran untuk memelihara hubungan antara pelanggan dan penyedia jasa layanan sebab pelanggan harus membuat suatu keputusan pembelian sebelum mereka benar benar mengalami layanan tersebut”. Berdasarkan pada beberapa definisi diatas tersebut maka peneliti memiliki suatu pemahaman bahwa trust (kepercayaan) suatu keyakinan dalam pihak tertentu pada orang lain yang bisa dipercayai maka akan mampu memenuhi setiap kewajiban sesuai apa yang diinginkan.

Kepercayaan konsumen didefinisikan salah satu sebagai dalam bentuk jaringan bersifat asosiatif yang hubungannya saling berhubungan serta tersimpan dalam ingatan Olson, Peter Paul and Jerry (2006:137). Menyatakan

keterbatasan seseorang atau kapasitas kognitif hanya sebagian kecil yang mampu mendapatkan kepercayaan dari konsumen hal ini jika diaktifkan akan mampu mengendalikan secara baik untuk kedepannya. Kepercayaan jika diaktifkan mampu memberikan suatu kepercayaan yang utama Olson, Peter Paul and Jerry (2006:137)

Ferrina dewi (2008:153) menyatakan bahwa kepercayaan bersumber dari harapan masyarakat akan terpenuhinya janji merek. Ketika harapan mereka tidak terpenuhinya maka kepercayaan akan berkurang bahkan hilang. dapat disimpulkan bahwa kunci dari terciptanya pengalaman atau bahkan runtuhnya kepercayaan terhadap merek, adapun bentuk alur kepercayaan yaitu:

1. Janji merek
2. Harapan masyarakat
3. Kepercayaan
4. Ketidakpercayaan

### **3. METODE PELAKSANAAN**

#### **Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kantor Partai Keadilan Sejahtera Kota Medan yang beralamat di Jl. Sei Beras, Kelurahan Babura. Kecamatan Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 20152. Penelitian direncanakan selama 3 (tiga) bulan mulai bulan Maret sampai dengan bulan Mei 2020.

#### **Metode Penelitian**

Adapun metode penelitian dalam penelitian ini adalah jenis metode penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2012:382) dalam penelitian kualitatif suatu permasalahan yang dibawa oleh peneliti masih bersifat sementara sehingga dalam penyusunan penelitian berdasarkan pada teori.

#### **Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2012:401) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

Dalam melakukan penelitian ini, adapun teknik yang akan di lakukan dalam proses pengumpulan data adalah :

#### 1. Data primer

Yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian melalui observasi dan wawancara yaitu:

- a. Observasi
- b. Wawancara Tokoh Masyarakat
- c. Dokumentasi

#### 2. Data sekunder

Yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian berupa dokumen atau laporan-laporan, berupa gambaran umum lokasi penelitian, dan data lainnya yang relevan dengan penelitian ini.

##### 1. *Lilbrary Research* (Penelitian Kepustakaan)

Penelitian kepustakaan ini dalam penelitian ini adalah sebagai salah satu cara dalam proses pengumpulan data dengan membaca buku - buku dan bahan bacaan lainnya yang relevan dengan masalah yang akan di teliti.

##### 2. *Field Research* (Penelitian Lapangan)

Dalam riset atau penelitian lapangan yang akan di lakukan dalam mencari data dan infomasi di mana penelitian di lakukan secara langsung terjun ke lapangan di Kantor Partai Keadilan Sejahtera.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Peran Komunikasi Politik Di Dalam Mempertahankan Kepercayaan Terhadap di Partai Keadilan Sejahtera Daerah Pilihan III Kota Medan

Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian di Kantor Partai Keadilan Sejahtera Medan tentang komunikasi politik dalam mempertahankan

kepercayaan publik, disini peneliti melakukan beberapa informan seperti informan kunci, utama dan tambahan. Peneliti melakukan pembahasan melalui indicator-indikator dalam penelitian ini, adapun yang menjadi indicator dalam penelitian sebagai berikut:

- a. Komunikator politik
- b. Pesan politik
- c. Saluran dan media politik
- d. Sasaran dan target politik

Berikut dibawah ini pemaparan wawancara oleh peneliti:

#### **Komunikator Politik**

Dari pernyataan para informan maka peneliti menyimpulkan bahwa Kemampuan seorang komunikator politik harus mampu menyerap dan menampung aspirasi masyarakat dari segala lapisan, baik itu masyarakat atas, menengah dan bawah tanpa terkecuali seorang komunikator politik juga mampu mengeksplorasi dan menerjemahkan informasi tentang apa yang dirasakan masyarakat dan tentang problema yang dihadapi masyarakat. menyerap, menghimpun dan menyalurkan informasi sebagai aspirasi yang bernuansa politik dalam masyarakat terbuka luas. Jika hal itu secara maksimal digunakan untuk merumuskan dan menetapkan kebijakan negara, tentu akan sangat berguna.

Dari pernyataan informan diatas maka peneliti menghubungkan dengan teori yang ada tentang komunikasi politik komunikator menurut Jalaluddin Rakhmat (2015:9) komunikator dalam proses Komunikasi politik memainkan peran sebagai pembentuk opini publik. Sedangkan pesan adalah pembicaraan-pembicaraan sebagai proses negosiasi yang bertujuan membentuk pengertian bersama antara berbagai pihak tentang bagaimana sikap seharusnya yang harus diperankan setiap pihak dan bagaimana bertindak terhadap sesamanya. Dari sini, isi komunikasi politik seharusnya tidak hanya berkaitan dengan kekuasaan tetapi juga kemungkinan terjadinya konflik. Hal itu mengandung pengertian bahwa pesan politik dimungkinkan

mengandung paradoks sebagai bentuk penyelesaian konflik. Sedangkan media politik dalam proses komunikasi politik dapat dimanfaatkan sebagai sarana yang tidak hanya berhubungan dengan kepentingan juga mampu dimanfaatkan untuk berbicara kepada publik dengan sasaran tertentu.

Dasar menjadi pembahasan dalam komunikasi politik adalah akibat yang ditimbulkan oleh komunikasi politik. Akibat tersebut dapat berbentuk simpati, partisipasi tetapi juga dapat berwujud sinisme, antipati serta perlawanan politik. Dengan demikian komunikasi politik harus mampu menghasilkan pembentukan dan perubahan sikap positif tetapi dapat juga bermakna negatif bagi komunikator politiknya. Sebagai opinion leader, komunikator politik memainkan peran sosial yang utama, terutama dalam proses opini publik. Sosiolog Halloran, menempatkan komunikator politik dalam posisi utama dalam kegiatan komunikasi. Proses komunikasi ditentukan oleh situasi sosial tempat dimana komunikasi bermula, berkembang dan berlangsung terus. Situasi ini mengharuskan keharmonisan hubungan antara komunikator dan komunikan dan menjadikan hubungan diantara keduanya sebagai bagian integral dari sistem sosial yang ada.

Komunikator profesional dapat berfungsi sebagai manipulator dan makelar simbol yang menghubungkan pemimpin satu sama lain dengan para pengikut. Sebagai makelar simbol, profesional bertugas untuk menerjemahkan sikap, pengetahuan, dan minat suatu komunitas bahasa yang lain yang berbeda tetapi dapat dimengerti. Komunikator politik dari unsur profesional terdiri atas jurnalis dan promotor. Yang termasuk dalam kategori promotor diantaranya adalah makelar-makelar simbol.

Terdapat dua komunikator politik dari kalangan aktivis. Yang pertama adalah juru bicara bagi kepentingan yang terorganisasi. Komunikator dari kalangan ini tidak menjadikan komunikasi politik sebagai lapangan

kerja. Tetapi komunikator cukup baik dalam komunikasi dan politik, dengan demikian dapat dikatakan sebagai semi profesional. Komunikator ini berbicara untuk kepentingan terorganisasi, juga mewakili tuntutan keanggotaan suatu organisasi serta melakukan tawar-menawar politik. Sedangkan yang kedua adalah pemuka pendapat. Komunikator ini mempunyai peran untuk mempengaruhi keputusan orang lain dengan meyakinkan komunikan politik untuk mengikuti pilihannya atau sering dikatakan memberikan petunjuk kepada komunikan untuk membuat keputusan yang sama dengannya. Di samping itu pemuka pendapat juga berperan meneruskan informasi politik dari media berita kepada masyarakat umum.

Seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi jika mampu mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik, yakni ketika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya. Dengan kata lain, komunikan merasa memiliki kesamaan dengan komunikator sehingga komunikan bersedia taat pada isi pesan yang disampaikan komunikator. Komunikasi yang efektif dalam peranan komunikasi politik di tubuh Partai Keadilan Sejahtera Kota Medan banyak ditentukan oleh keaktifan antara partai dan publik dalam bentuk timbal balik berupa pertanyaan, jawaban pertanyaan atau berupa perbuatan baik secara fisik maupun secara mental. Adanya umpan balik ini memungkinkan partai mengadakan perbaikan-perbaikan cara komunikasi yang pernah dilakukan. Keefektifan komunikasi dapat menggambarkan kemampuan orang dalam menciptakan suatu pesan dengan tepat, yaitu pengirim pesan dapat mengetahui bahwa penerima pesan mampu menginterpretasikan sama dengan apa yang dimaksudkan oleh si pengirim.

## **Pesan Politik**

Dari pernyataan informan dan penjelasan teori diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa penyampaian pesan yang dilakukan oleh pihak PKS telah berjalan dengan baik dengan cara mengajak masyarakat untuk berdialog dan penyesuaian dengan latar belakang pendidikan masyarakat dan memberikan isi pesan secara jelas dan terinci sehingga mampu membangkitkan perhatian dan menimbulkan minat dan kepentingan sehingga memiliki kemauan yang kuat untuk menerima keputusan dari pesan. Disamping itu dalam penyampain pesan terhadap masyarakat PKS mendekati langsung para tokoh-tokoh agama yang ada di Dapil III Kota Medan.

Dari pernyataan diatas maka peneliti menyesuaikan dnegan teori menurut Onong Uchyana Effendi (2016:75) Teknik berkomunikasi adalah cara atau "seni" panyampaian suatu pesan yang dilakuakan oleh komunikator sedemikian rupa sehingga menimbulkan dampak tertentu bagi komunikan. Pesan yang disampaikan komunikator adalah pernyataan sebagai panduan pemikiran dan perasaan, dapat berupa ide, informasi, keluhan, keyakinan, himbauan anjuran dan sebagainya. Sedangkan pesan dalam komunikasi politik dimaksudkan untuk mempengaruhi orang lain. Pesan dalam kegiatan komunikasi politik diklasifikasikan menjadi tiga hal. Pertama adalah pembicaraan tentang kekuasaan yang dimaksudkan untuk mempengaruhi orang lain dengan janji dan ancaman. Pembicaraan kekuasaan adalah suatau usaha untuk mendapatkan kekuasaan dengan jalan menyampaikan pesan-pesan politik yang berisi janji-janji atau ancaman dalam suatu kegiatan komunikasi politik. Kedua, pembicaraan pengaruh. Pesan dalam komunikasi politik dimaksudkan untuk mempengaruhi khalayak dengan berbagai cara antara lain: nasehat, dorongan, permintaan, dan peringatan. Tujuan dari pembicaraan pengaruh

adalah berusaha memanipulasi persepsi atau pengharapan orang lain terhadap kemungkinan mendapat untung atau rugi. Dan ke tiga, pembicaraan autoritas. Pesan dari pembicaraan autoritas adalah memberi perintah. Pembicaraan ini mengharuskan munculnya rasa kepatuhan khalayak kepada para pemimpinnya. Dengan demikian sumber-sumber autoritas sangat berbeda-beda apabila khalayak mempunyai kapabilitas yang tinggi maka pesan akan lebih mudah diterima apabila disampaikan oleh komunikator yang mempunyai latar belakang sosial yang sejenis.

## **Saluran dan Media Politik**

Dari penjelasan teori dan pernyataan informan diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa saluran dan Media politik PKS mampu mempertahankan suara di lingkungan masyarakat Dapil III Kota Medan melalui perwiritan, kelompok-kelompok masyarakat mensosialisasikan PKS, serta pendekatan terhadap tokoh-tokoh yang berpengaruh. Dari pernyataan informan diatas maka peneliti menghubungkan dengan teori yang ada tentang komunikasi politik komunikator menurut Jalaluddin Rakhmat (2015:9) Komunikator mempunyai bentuk-bentuk simbolik dan kombinasinya dengan berbagai teknik dan media: secara lisan melalui perbincangan profesional, melalui catatan seperti koran dan majalah, dan teknik elektronik seperti radio atau televisi. Dilihat secara luas, saluran komunikasi terdiri atas lambang-lambang, kombinasinya, dan berbagai teknik secara media yang digunakan untuk berbicara dengan khalayak. Dengan demikian maka saluran komunikasi adalah saran yang memudahkan penyampaian pesan. Maka saluran komunikasi lebih dari sekedar titik sambungan, tetapi terdiri atas pengertian bersama tentang siapa berbicara kepada siapa, dalam keadaan bagaiman serta sejauh mana dapat dipercaya. Dan Nimmo mengajukan tiga jenis media komunikasi yang digunakan

dalam kegiatan komunikasi politik. Ketiga jenis media tersebut adalah: media massa, media komunikasi inter personal dan media komunikasi organisasi. Ada dua bentuk saluran komunikasi massa, masing-masing berdasarkan tingkat langsungnya komunikasi satu kepada banyak. Bentuk yang pertama terdiri atas komunikasi tatap muka seperti bila seorang kandidat politik berbicara di depan rapat umum atau ketika seseorang berbicara di depan khalayak besar atau konferensi pers. Bentuk yang kedua terjadi jika ada perantara ditempatkan di antara komunikator dan khalayak. Di sini media, teknologi, sarana komunikasi lainnya turut serta. Batas media massa dari penjelasan bersifat longgar tidak hanya berhenti pada media elektronik dan cetak, tetapi juga media-media komunikasi yang berbentuk rapat-rapat besar dan pertemuan-pertemuan.<sup>23</sup> Sedangkan media komunikasi inter personal merupakan bentuk hubungan satu kepada satu. Media (saluran) ini dapat berbentuk tatap muka maupun perantara. Sedangkan media komunikasi ketiga adalah komunikasi organisasi yang menggabungkan penyampaian satu kepada satu dan satu kepada banyak. Akan tetapi komunikasi politik satu kepada satu yang melibatkan organisasi jarang dilakukan. Oleh sebab itu saluran komunikasi satu kepada banyak dengan melalui perantara dijadikan alternatif sebagai media komunikasi organisasi. Bentuk dari komunikasi perantara ini adalah penyebaran pamflet dan tidak jarang yang sering terjadi di Indonesia adalah penyampaian pesan komunikasi politik melalui pembagian atribut seperti kaos-kaos maupun sembako kepada khalayak.

### **Sasaran Atau Target Politik**

Dari pernyataan informan dan penjelasan di atas maka peneliti menyimpulkan bahwa cara PKS untuk mendapatkan basis kelompok yang militan atau pemilih tertentu di Dapil III Kota Medan yaitu merekrut dan

memperkuat kaderisasi, membantu administrasi kependudukan serta pelaksanaan proses BPJS masyarakat dan mengisi pengajian-pengajian, konsisten menjadikan PKS sebagai partai representative dari ummat islam.

Dari pernyataan informan di atas maka peneliti menghubungkan dengan teori menurut Hafid Changara (2016:31) Sasaran atau Target Politik Sasaran atau target politik adalah anggota masyarakat yang diharapkan dapat memberi dukungan dalam bentuk dukungan suara kepada partai atau kandidat dalam pemilihan umum. Mereka adalah semua kalangan masyarakat warga negara yang mempunyai hak pilih dan siswa warga negara yang akan menjadi calon pemilih dengan ketentuan cukup umur untuk ikut serta dalam pemilihan umum.

### **Mempertahankan Kepercayaan Publik di Daerah Pilihan III Kota Medan**

Dari pernyataan informan di atas maka peneliti menjelaskan melalui teori menurut Wibowo (2016:513) kepercayaan adalah merupakan nilai yang paling dihargai dalam hubungan antarmanusia dan mungkin merupakan konsep yang kurang dimengerti di tempat pekerjaan, kepercayaan adalah rasa percaya yang dimiliki orang terhadap orang lain. Kepercayaan merupakan komponen penting yang membantu mengembangkan suatu lingkungan kerja yang kondusif. Cara suatu organisasi mengembangkan kepercayaan dengan melalui komunikasi organisasi yang menurut Irene Silviani dalam Goldhaber (2020:98) mengemukakan bahwa komunikasi organisasi dapat di defenisikan dari berbagai sudut pandang seperti:

1. Komunikasi terjadi dalam suatu system terbuka yang kompleks yang dipengaruhi oleh lingkungannya, baik internal dan eksternal.
2. Komunikasi organisasi melibatkan pesan dan saluran, tujuan, arah dan media.
3. Komunikasi organisasi melibatkan orang-orang dan sikap mereka

perasaan dan hubungan ketermapilan.

Komunikasi organisasi adalah suatu proses dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungannya yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah-ubah. Dengan terbentuknya suatu komunikasi organisasi yang baik maka tingkat kepercayaan masyarakat terhadap partai pastinya akan berdampak positif.

Komunikasi organisasi dengan tingkat kepercayaan tinggi antara orang-orangnya, cenderung mempunyai moral staf lebih baik. Kepercayaan pada tingkat yang tinggi membantu memperbaiki hubungan dan mempersatukan orang. Lingkungan kerja dengan tingkat kepercayaan tinggi mengurangi formalitas diantara pekerja. Hal ini membuat orang merasa nyaman satu sama lainnya dan mendorong moral staf atau kader di Partai Keadilan Sejahtera Kota Medan.

### **Faktor-faktor Hambatan dan Upaya Peran Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera Dalam Mempertahankan Kepercayaan Publik di Daerah Pilihan III Kota Medan.**

#### **Faktor Internal**

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, ketika melakukan penelitian ditemukan segi faktor internal bahwa ada beberapa hal yang menjadi penghambat komunikasi politik dalam mempertahankan kepercayaan public kepada PKS diantaranya:

##### **1. Kurangnya Pemahaman Kader**

Kurangnya pemahaman kader tentang program kerja PKS umumnya pada kader muda. PKS melakukan pengkaderan pada kader muda dengan cara melalui dakwah. Sehingga hal ini terkadang menyulitkan kader yang lain atau bahkan pergantian struktur

kepengurusan secara tiba-tiba apabila dia seorang kader pengurus untuk mengisi posisi yang kosong karena akan mengakibatkan kerja-kerja dakwah menjadi terbengkalai. Memang kondisi semacam ini cukup membahayakan masa depan demokrasi yang sudah terbangun lama. Hal ini mengindikasikan bahwa proses rekrutmen politik tidak berjalan baik. Bahkan, kelihatannya sistem kepartian semakin terjebak arah pragmatisme. Dan, tentunya praktik semacam ini sangat berpotensi melahirkan pemimpin yang koruptif. Dalam kontestasi politik, konon pada beberapa daerah Pemilu hanya ada calon tunggal, sehingga mereka harus melawan kotak kosong. Miris! Iya memang ini sebuah ironi dan menjadi pukulan telak bagi partai. Dengan sistem multi partai semacam ini, namun Parpol masih miskin kader.

Fenomena ini mestinya partai - partai lebih menyadari letak kesalahannya, dan berbalik ke jalan yang benar: *bertobat*. Karena ketika partai membangun kesadaran dan mau mengevaluasi proses rekrutmen tersebut, paling tidak partai yang notabene sebagai *lambung kader* dalam hajatan - hajatan politik kelak, partai tidak kesulitan mencari figur, karena partai telah berupaya mengembalikan fungsi kaderisasi. Data ini menjadi warning bagi Parpol. Dan, tentunya proses pengkaderan di partai perlu terus berjalan. Karena ketika iklim pengkaderan berjalan sesuai harapan, maka tidak menutup kemungkinan partai akan melahirkan figur - figur alternatif yang potensial dan rekomendatif. Meski begitu, kita seharusnya tidak serta merta kemudian menarik sebuah kesimpulan dengan pendekatan generalisasi: *logika pukul rata*. Karena harus diakui juga bahwa tidak semua Parpol bermasalah dalam menjalankan

fungsi rekrutmennya. Saya menduga, ada juga partai yang cukup berhasil pada bagian ini. Meski begitu, ternyata kursi caleg dan cakada sebagian besar diisi oleh *pendatang baru*. Apakah dengan realitas politik semacam itu lalu kemudian partai dibidang berhasil menjalankan fungsi rekrutmen politik.

Peneliti beranggapan hal itu kurang terlalu tepat. Karena kenyataannya setiap momentum politik, Parpol yang seharusnya menjadi *lumbung* dan wadah untuk memproduksi kader, malahan cenderung mengemis - ngemis. Ironinya, figur yang punya segudang finansial berpotensi diusung, ketimbang kader partai yang memiliki segudang pengamalan dan perjuangan dalam membangun kebesaran partai. Ini lah yang saya namai kader berideologi takluk terhadap mereka yang punya segudang rupiah. Secara teoritis, tanggung jawab Parpol salah satunya melaksanakan rekrutmen politik. Artinya, partai politik berfungsi untuk mencari dan mengajak orang yang *berbakat* untuk turut aktif dalam kegiatan politik sebagai anggota partai. Dalam pengertian ini berarti partai politik turut serta memperluas partisipasi politik terhadap masyarakat. Usaha rekrutmen politik ini dapat dilakukan dengan banyak cara. Salah satu misalnya, kontak pribadi, persuasi (pendekatan), dan menarik golongan muda untuk dididik menjadi kader yang akan menggantikan pemimpin lama pada masa mendatang.

## 2. Usia Kader Yang Relatif Muda

Sebagaimana yang telah diketahui bahwa kebanyakan kader Partai Keadilan Sejahtera berasal dari kalangan menengah dan berusia muda, sehingga tidak heran kalau PKS sering dijuluki sebagai partainya anak muda. Namun, hal tersebut menjadi salah satu faktor

penghambat termasuk di Kota Medan karena ketokohan kader dalam masyarakat belum muncul dan belum ada rekayasa untuk memunculkan kader.

## 3. Minimnya Pembinaan Kader bersifat Tarbiyah

Kader adalah aset yang utama untuk aktivitas dakwah, sehingga dengan tersedianya kader dakwah yang berkualitas maka dakwah akan berkembang sesuai dengan marhalahnya. Jadi kompetensi kader merupakan salah satu faktor pendukung yang sangat penting dalam melaksanakan kerja-kerja dakwah. Secara lebih rinci proses mengembangkan potensi dan membentuk kepribadian kader dalam PKS dikenal dengan istilah tarbiyah. Setelah mengamati dan melakukan penelusuran pada data dokumentasi ditemukan bahwa dalam proses pembentukan kepribadian setiap kader harus memenuhi 10 aspek yaitu salimul aqidah (bersih akidahnya), shahihul 'ibadah (benar ibadahnya), matnul khuluq (kokoh akhlaknya), qawiyul jism (kuat fisiknya), mutsaqqaful fikr (berwawasan pemikirannya), qadirun 'alal kasbi (mampu berekonomi), munazhamun fi su'unihi (terorganisir segala urusannya), harishun 'ala waqtihi (cermat mengatur waktunya), mujahidun fi nafsihi (kuat kesungguhan jiwanya), dan naafi'un li ghairihi (bermanfaat bagi selainnya). Hal tersebut dilakukan untuk mempersiapkan kader yang kokoh secara ruhiyah, fikriyah, dan jasadiyah. Karena menurut mereka kader yang memiliki kebugaran jasmani tanpa disertai dengan kekuatan ruhiyah, maka tidak akan mampu melaksanakan kerja-kerja dakwah. Kekokohan ruhiyah merupakan daya dorong untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan operasional dan beban dakwah. Oleh

karena itu, dalam pembinaan terhadap kader-kadernya termasuk di Kota Medan PKS selalu menekankan membangun kekuatan ruhiyah untuk menjaga keikhlasan dalam medan dakwah partai. Baik yang berkaitan dengan dimensi aqidah, ibadah dan akhlak. Begitupun dengan kekokohan fikriyah dalam perjalanan dakwah harus dipenuhi, sebab tanpa wawasan dan keilmuan yang memadai, kader dakwah tidak akan mampu berinteraksi dengan dunia kemajuan, era global dan teknologi informasi yang dihadapinya.

#### **4. Minimnya Keadaan Ekonomi Kader**

Kader-kader yang dihimpun oleh PKS adalah merupakan kader muda yang berasal dari kalangan mahasiswa, PKS selalu berusaha mungkin agar kader-kader muda ini mampu melaksanakan kegiatan-kegiatan kerja PKS, namun karena keterbatasan dana pada kader muda ini menjadi suatu faktor penghambat dalam menjalan suatu program partai. Para kader-kader muda ini dituntut untuk melakukan dakwah-dakwahnya baik di dilingkungan masyarakat Dapil III Kota Medan maun di kampus-kampus.

### **Faktor Eksternal**

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, ketika melakukan penelitian ditemukan segi faktor eksternal bahwa ada beberapa hal yang menjadi penghambat komunikasi politik dalam mempertahankan kepercayaan public kepada PKS diantaranya

#### **1. Transaksional yang Masif**

Dinamika politik sepanjang kurun waktu satu dekade ini, menurut sebagian kalangan, menunjukkan tanda-tanda makin demokratis. Itu

karena rakyat sebagai pemegang kedaulatan tertinggi diberikan ruang demokrasi yang seluas-luasnya untuk memilih seorang pemimpin dalam hajatan pesta demokrasi. Sala satu tanda bahaya yang secara realitas dipraktikkan oleh perseorangan atau partai politik adalah politik transaksional (politik uang). Jika kondisi potret dinamika politik yang diterapkan seperti ini, maka cikal bakal akan melahirkan tipe pemimpin yang korup dan totaliter. Serta, tidak akuntabel dan mencederai orientasi demokrasi kita serta internal partai politik dalam ruang-ruang public. Padahal kita ketahui bersama bahwa partai politik sebagai entitas politik berperan untuk mengartikulasikan kepentingan rakyat dalam ruang-ruang publik. Kehadiran partai politik sebagai elemen yang menentukan terhadap penyelenggaraan negara untuk melahirkan kebijakan-kebijakan dan regulasi yang prorakyat secara komprehensif (keseluruhan).

#### **2. Pemilih Dari Sisi Faktor Ekonomi**

PKS memiliki suara terbanyak rata-rata dikalangan masyarakat ekonomi ke atas dibandingkan dengan masyarakat ekonomi menengah menengah dan bawah, PKS selalu mengadakan kegiatan-kegiatan sosial dikalangan ekonomi menengah dan bawah yang pengetahuan masih dibawah dan PKS sellau melakukan sosialisasi-sosialisasi partai pada mereka dengan kegiatan tersebut, namun yang terjadi adalah disaat kegiatan tersbut berlangsung dan memasuki pemilihan kepala daerah yang ditemukan adalah justru PKS tidak sepenuhnya mendapat kan suara di kelompok masyarakat kegiatan yang diadakan oleh PKS, namun suara yang terbanayak didapatkan dari masyarakat ekonomi atas yang inteletualnya terjamin dan jauh dari politik uang.

### 3. Bantuan Pendidikan Pada Masyarakat

Program kerja bidang pendidikan adalah merupakan program PKS salahsatunya memberikan bantuan pendidikan kepada keluarga yang kurang mampu, PKS dalam memberikan bantuan pendidikan kepada masyarakat yaitu masyarakat yang ekonominya lemah, PKS memberikan bantuan pendidikan dalam bentuk pembayaran uang sekolah setiap satu orang dalam setiap keluarga. Namun yang terjadi adalah sebaliknya, disamping memberikan bantuan pendidikan kepada keluarga yang lemah justru masyarakat yang dibantu tidak secara keseluruhan mampu memberikan suara terhadap PKS. Hal ini yang perlu di evaluasi-evaluasi agar kedepannya tidak terulang kembali.

### Upaya

Upaya yang dilakukan dalam peran komunikasi politik partai keadilan sejahtera dalam mempertahankan kepercayaan publik di daerah pilihan III Kota Medan.

1. Dengan menentukan segmen-segmen masyarakat yang dijadikan sasaran program pengurusan administrasi kependudukan, Partai Keadilan Sejahtera juga dapat berkomunikasi dengan masyarakat Dapil III Kota Medan dengan cara yang lebih efektif. Dalam banyak hal mempertahankan kepercayaan public lebih memudahkan Partai Keadilan Sejahtera dalam memilih jalur yang akan dipergunakan untuk berkomunikasi.
2. Public sebagai sarana memilih kelompok sasaran. Riset dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang bersangkutan dengan apa yang disukai dan tidak disukai publik terhadap Partai Keadilan Sejahtera sebagai organisasi politik dan kebijakan-kebijakannya.

Disamping itu juga, dihasilkan informasi yang bersangkutan dengan apa yang disukai dan tidak disukai publik terhadap organisasi politik lainnya. Setelah diketahui sejumlah informasi berdasarkan riset yang dilakukan, Partai Keadilan Sejahtera kemudian membangun relasi dengan media-media tertentu sebagai saluran informasi baru sehingga mampu menyebarkan kembali gagasan mereka kepada konstituen dan publik secara umum. Hal ini dilakukan dengan beberapa kegiatan seperti press release, press conference dan advokasi atas sejumlah kasus yang mereka alami.

3. Melakukan segmentasi kelompok sasaran. peran komunikasi politik partai keadilan sejahtera dalam mempertahankan kepercayaan publik di Daerah Pilihan III Kota Medan mempertahankan kepercayaan public melalui jenis-jenis kelompok seperti pembentukan pengajian para kaum ibu, pendekatan pada tokoh-tokoh dalam hal ini Partai Keadilan Sejahtera tentunya untuk mempermudah penyebaran informasi pesan terhadap publik melalui pendekatan komunikasi persuasif, membujuk secara langsung untuk mengubah sikap dan tindakan merupakan upaya dan langkah-langkah penting yang harus dilakukan. Dengan upaya demikian, diharapkan upaya membangun kepercayaan tersebut Partai Keadilan Sejahtera dapat terwujud tanpa mengalami banyak kesulitan.

### 5. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan penyebaran kusioner dan menyimpulkan maka yang dilakukan oleh peneliti serta dilakukan analisa dari data -data yang diperoleh dari lapangan, studi pustaka dan sumber-sumber lain. Maka penulis menarik

kesimpulan tentang Peran Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera Dalam Mempertahankan Kepercayaan Publik di Daerah Pilihan III Kota Medan adalah sebagai berikut:

1. Peran komunikasi politik di dalam mempertahankan kepercayaan terhadap di Partai Keadilan Sejahtera Daerah Pilihan III Kota Medan sudah berjalan dengan baik dimana sebagai seorang komunikator politik mampu menyampaikan pesan-pesan politiknya melalui partai dan mampu dilakukan oleh pihak PKS dengan cara mengajak masyarakat untuk berdialog dan penyesuaian dengan latar belakang pendidikan masyarakat dan memberikan isi pesan secara jelas dan terinci sehingga mampu membangkitkan perhatian menimbulkan minat dan kepentingan sehingga memiliki kemauan yang kuat untuk menerima keputusan dari pesan. Disamping itu dalam penyampain pesan terhadap masyarakat PKS mendekati langsung para tokoh-tokoh agama yang ada di Dapil III Kota Medan.
2. Mempertahankan kepercayaan publik di Daerah Pilihan III Kota Medan yaitu dengan melakukan berbagai program-program kerja berupa pelaksanaan pengurusan pelayanan public seperti pengurusan administrasi kependudukan, pengurusan BPJS pada masyarakat serta mampu mempertahankan pengaajian-pengajian pada kalangan ibu-ibu dan melakukan pendekatan-pendekatan para tokoh-tokoh, melaksanakan kerja bakhti sosial dan membantu bencana alam.
3. Adapun Faktor-faktor yang menjadi hambatan peran komunikasi politik Partai Keadilan Sejahtera dalam mempertahankan kepercayaan publik di Daerah Pilihan III Kota Medan yaitu yang secara internal masih banyaknya kader muda

kurang pehaman tentang Partai PKS, lemahnya ekonomi kader, minimnya pembinaan kader bersifat tarbiyah. Untuk secara eksternal masih ditemukan adanya transaksional partai lain sehingga persaingan tidak sehat, pemilih kelas ekonomi atas lebih dominan memilih PKS dibandingkan dengan pemilih masyarakat menengah dan bawah.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Ardianto, Komala dan Siti Karlinah. 2019. Komunikasi Massa : Suatu Pengantar. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Aminuddin. 2010. Pengantar Metode Penelitian Hukum. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, Suhaimi, (2013) Prosedur Penelitian Suatu Praktek, Rineka Cipta, Jakarta
- Astrid, S. Susanto, Phil.(1999) Komunikasi dalam Teori dan Praktik . Jakarta: Bina Cipta.
- Budiardjo Miriam, 2008. Dasar Dasar Ilmu Politik, Edisi Revisi, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Bouman, PJ. 1980. Ilmu Masyarakat Umum. Jakarta: Penerbit PT Pembangunan.
- Cangara, Hafied. 2016. Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Effendy, Onong Uchjana. 2015. Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek. Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditia Bakti.
- Flavian, dan Giunaliu. 2007. *Measure on web usability Websites. Journal of Computer Information Systems*

- 48(1) 17-123. Ferdinand. Augusty.
- Ihromi. 2006. Pokok-pokok Antropologi Budaya. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Iren Silviani, 2020, Public Relations Sebagai Solusi Kumunikasi Kritis. Scopindo Media Pustaka
- Iren Silviani, 2020, *Kumunikasi Organisasi*. Scopindo Media Pustaka
- Kantaprawira Rusadi, 2004. Sistem Politik Indonesia, Suatu Model Pengantar, Edisi Revisi, Sinar baru.
- Koentjaraningrat. 2009. Pengantar Ilmu Antropologi. Jakarta, Penerbit : Rineka Cipta.
- Lasswell, Harold. 1960. *The Structure and Function of Communication in Society, Urbana: University of Illinois Press*
- Liliweri, Alo, (2017) Komunikasi Antar Personal , Jakarta: Penerbit: Kencana.
- Lubis, M. (2008). Budaya, Masyarakat dan Manusia Indonesia. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Moorman, Christine, Rohit Deshpande, dan Gerald Zaltman. 1993. "Factors Affecting Trust in Market Research Relationships". *Journal of Marketing*. Vol 57. pp 81-101.
- Mueller, Jon. 2006. *Authentic Assessment*. North Central College.
- Moleoang, Lexy J. 2011. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. 2016. Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer. Jakarta: PT. Raja Grafindo. Persada.
- Rauf, Maswadi, (1993) Indonesia dan Komunikasi Politik, Gramedia Pustaka: Jakarta.
- Sinaga, Dannerius. 1988. Sosiologi dan Antropologi. Klaten: Penerbit: PT Intan Pariwara.

### IURNAL

1. Rosiana Eka (2015) MAGISTER Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta. Komunikasi Politik (Model komunikasi Politik Antar Fraksi Dalam Pembentukan Norma UU Pilkada Secara Demokratis) Juriprudence. Volume 5 No. 1 Maret 20015.
2. Eko Harry Susanto (2013) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara Jakarta. Dinamika Komunikasi Politik Dalam pemilihan Umum. Jurnal. Volume 1. No.2 Desember 2013.