

**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK
ANGGOTA LEGISLATIF HERLIANSYAH, SH., MH
PERSPEKTIF PRINSIP KOMUNIKASI ISLAM
DI KABUPATEN LAHAT SUMATERA SELATAN**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Dalam Bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam

OLEH:

SRI RESKA APRIANA

NIM 1516310020

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN DAKWAH
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
TAHUN AKADEMIK 2019**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi atas nama: Sri Reska Apriana NIM: 1516310020 yang berjudul
"Strategi Komunikasi Politik Anggota Legislatif Herliansyah, SH., MH
Perspektif Prinsip Komunikasi Islam di Kabupaten Lahat Sumatera Selatan"

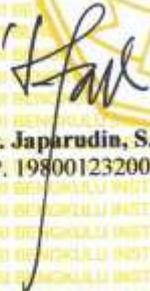
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Jurusan Dakwah Fakultas
Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

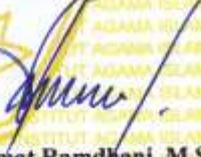
Skripsi ini telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan
pembimbing II. Oleh karena itu, sudah layak untuk diujikan dalam sidang
munaqasyah/skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Bengkulu.

Bengkulu, 15 Juli 2019

Pembimbing I

Pembimbing II


(Dr. Japarudin, S.Sos.I., M.Si)
NIP. 198001232005011008


Dr. Rahmat Ramdhani, M.Sos.I
NIP. 198306122009121006

Mengetahui

Ketua Jurusan Dakwah



Dr. Rahmat Ramdhani, M.Sos.I
NIP. 198306122009121006



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU**

Jalan Raden Patah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276, 5117-51172-53879 Faksimile (0736) 51171-51172
Website: www.iam.bengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi atas nama: **SRI RESKA APRIANIA NIM: 1516310020** yang berjudul **"Strategi Komunikasi Politik Anggota Legislatif Herliansyah, SH., MH Perspektif Prinsip Komunikasi Islam di Kabupaten Lahat Sumatera Selatan"**. Telah diujikan dan dipertahankan di depan tim sidang *Munaqasyah* Jurusan Dakwah Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 31 Juli 2019

Dengan ini dinyatakan **LULUS**, dapat diterima dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

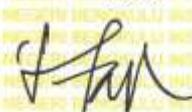
Bengkulu, 31 Juli 2019
Dekan

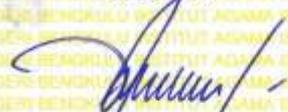
Dr. Suhirman, M.Pd
NIP. 196802191999031003

Sidang Munaqasyah

Ketua

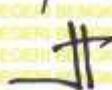
Sekretaris

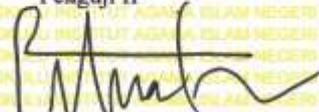

Dr. Japarudin, S.Sos.I, M.Si
NIP. 19800232005011008


Dr. Rahmat Ramdhani, M.Sos.I
NIP. 198306122009121006

Penguji I

Penguji II


Dr. Suhirman, M.Pd
NIP. 196802191999031003


Rini Fitria S.Ag M.Si
NIP. 197510132006042001

MOTTO

“Siapa Yang Menanam, Maka Dia Akan Memetik”

(Sri Reska Apriana)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan kepada:

1. Bapak tercinta penulis Sunarman S,Pd dan Ibunda penulis Fitriani. Yang selalu ada dihati yang menjadi motivasi dan penyemangat dalam segala hal. Sehingga membuat penulis bangkit dari segala keterpurukan.
2. Kakak tersayang penulis M. Jupi Adiarsyah yang selalu memberi semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini dan mendukung penulis dalam segala hal.
3. Saudara kembar penulis Sri Reski Apriani yang selalu memberi nasehat dan memberikan semangat dalam hal apapun itu.
4. Bunda Rini Fitria S. Ag., M.Si sebagai dosen pembimbing akademik penulis yang selalu memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis dari awal hingga penelitian ini selesai dilakukan.
5. Bapak Herliansyah, SH., MH yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk penulis wawancara.
6. Keluarga besar Sumidi Adjaman dan Rukia, Kisum-Minun Family dan Yakuludin dan Minun yang selalu telah membantuku dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Sahabat penulis Fathan Awalur Rayyan, Annisa Alfitas Sari, Berka Verli Sella dan lainnya yang tidak saya sebut satu persatu yang menemani, selalu mendukung penulis, telah membantu dan selalu memberikan semangat serta doanya.
8. Anak Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) angkatan 2015 yang selalu memberikanku do'a dan dukungan.
9. Anak KKN Kelompok 113 Desa Air Kemuning yang memberikan dukungan kepada penulis.
10. Untuk Almamater tercinta IAIN Bengkulu.

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul "Strategi Komunikasi Politik Anggota Legislatif Perspektif Komunikasi Islam (Studi Kasus terhadap Kemenangan Herliansyah, SH., MH di Kabupaten Lahat)" adalah asli dan belum diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 15, Juli, 2019

Mahasiswa yang menyatakan



Sri
Sri Reska Apriana
NIM.1516310020

ABSTRAK

SRI RESKA APRIANA, NIM: 1516310020, 2019, JUDUL SKRIPSI: “STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK ANGGOTA LEGISLATIF HERLIANSYAH, SH., MH PERSPEKTIF PRINSIP KOMUNIKASI ISLAM DI KABUPATEN LAHAT SUMATERA SELATAN”.

Strategi Komunikasi Politik tidak lepas dari kemenangan kampanye politik, Herliansyah, SH., MH sudah dua periode memenangkan Anggota Legislatif. Rumusan masalah yang dikaji pada penelitian ini yaitu: 1) bagaimana Komunikasi Politik yang digunakan Bapak Herliansyah, SH., MH dalam memenangkan suara di Kabupaten Lahat, 2) bagaimana Strategi Komunikasi Islam yang digunakan Bapak Herliansyah, SH., MH dalam memenangkan suara di Kabupaten Lahat. Jenis penelitian *field research* (penelitian lapangan), dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penentuan informan penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang diperoleh dari penelitian ini diuraikan, dianalisis dan dibahas secara deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menemukan bahwa: Komunikasi Politik yang digunakan Bapak Herliansyah, SH., MH dalam memenangkan suara di Kabupaten Lahat dengan cara meyakinkan masyarakat dalam memilih calon yang sudah dikenal dan terbukti kinerjanya, menunjuk saksi partai, dan menunjuk tim keluarga, menggunakan alat kampanye seperti kain, kartu nama dan memberikan hiburan seperti nonton bareng. Selanjutnya Strategi Komunikasi Islam yang digunakan Bapak Herliansyah, SH., MH dalam memenangkan suara di Kabupaten Lahat dengan cara melakukan persiapan fisik, material, merumuskan sasaran, membentuk tim, menjadi pemimpin yang jujur, menyampaikan visi, misi dan program kerja, menggunakan media, menyampaikan informasi dengan menggunakan prinsip-prinsip komunikasi Islam seperti *qaulan layyinan* (lemah lembut), *qaulan ma'rufan* (baik/lugas), *qaulan ladidan* (tegas/tidak berbohong), *qaulan maysuran* (padat/mudah diterima), *qaulan tsaqilan* (tidak bertele-tele/berbobot) *qaulan balighan* (bijaksana dan penuh nasihat yang baik), serta *qaulan auziman* (tidak menghina, dan menghindari *su'uzhon*).

Kata Kunci: Strategi, Komunikasi Politik, Komunikasi Islam.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT., yang telah memberikan rahmat dan hidayat serta pertolongan-Nya sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Strategi Komunikasi Politik Anggota Legislatif Herliansyah SH., MH Perspektif Prinsip Komunikasi Islam di Kabupaten Lahat Sumatera Selatan”**, Sholawat dan salam untuk Nabi Muhammad SAW yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga membebaskan kita dari zaman kebodohan menuju zaman yang terang benerang seperti yang kita rasakan saat ini.

Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar sarjana sosial (S. Sos) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Jurusan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis mendapat bantuqn dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof Dr. H. Sirajudin, M. M. Ag. MH, selaku Rektor IAIN Bengkulu.
2. Dr. Suhirman, M. Pd Selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah IAIN Bengkulu, Sekaligus Penguji I Penulis.
3. Dr. Rahmat Ramdhani, M. Sos. I, Selaku Ketua Jurusan Dakwah Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Bengkulu, Sekaligus Pembimbing II penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Dr. Japarudin, M. Si selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, dan arahan dengan penuh kesabaran.

5. Rini Fitria, S. Ag., M.Si selaku Pembimbing Akademik, Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) sekaligus Penguji II Penulis.
6. Kedua orang tuaku yang memotivasi dan selalu mendo'akan kesuksesan penulis.
7. Bapak dan ibu Dosen Jurusan Dakwah IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan ilmunya dengan penuh keikhlasan.
8. Staf dan karyawan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
9. Herliansyah SH., MH selaku Ketua DPRD Kabupaten Lahat Periode 2014-2019.
10. Informan penelitian yang telah meluangkan waktu dan memberikan informasi secara terbuka.
11. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari akan adanya kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Karya tulis ini, Namun demikian penulis sudah berusaha maksimal untuk membuat karya tulis ini menjadi yang terbaik sebagai karya tulis penulis.

Bengkulu, Juli 2019

Sri Reska Apriana
NIM. 1516310020

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABLE DAN GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Batasan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Kegunaan Penelitian	9
F. Kajian Penelitian Terdahulu	10
G. Sistematika Penulisan	13

BAB II KERANGKA TEORI

A. Kajian Tentang Komunikasi Politik	
1. Definisi Komunikasi Politik	15
2. Fungsi Komunikasi Politik	19
3. Model Komunikasi Politik	22
B. Kajian Tentang Partai Politik	
1. Definisi Partai Politik	26
2. Fungsi Partai Politik	27
3. Pembentukan Partai Politik	28
4. Asas dan Ciri Partai Politik	30
5. Tujuan Partai Politik	30
C. Kajian Tentang Komunikasi Islam	
1. Definisi Komunikasi Islam	31
2. Unsur-Unsur Komunikasi Islam	32
3. Strategi Komunikasi Islam	38
D. Strategi Komunikasi Politik	43
E. Prinsip-Prinsip Komunikasi Islam	
1. Qaulan Ma'rufan	46
2. Qaulan Kariman	50
3. Qaulan Maysuran	51
4. Qaulan Balighan	52
5. Qaulan Layyinan	54

6. Qaulan Sadidan	57
7. Qaulan Tsaqilan	60
8. Qaulan Adziman.....	62
9. Ahsanu Qaulan	63

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	65
B. Penjelasan Judul Penelitian	66
C. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	67
D. Informasi Penelitian	67
E. Sumber Data	68
F. Teknik Pengumpulan Data	69
G. Teknik Keabsahan Data	70
H. Teknik Analisis Data	72

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Informan Penelitian	
1. Profil Herliansyah, SH., MH.....	73
2. Visi dan Misi.....	74
3. Program Kerja	74
B. Data Hasil Penelitian	
1. Komunikasi Politik Herliansyah, SH., MH.....	75
2. Strategi Komunikasi Islam Herliansyah, SH., MH	84
C. Pembahasan Hasil Penelitian	
1. Komunikasi Politik Herliansyah, SH., MH.....	91
2. Strategi Komunikasi Islam Herliansyah, SH., MH	94

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	97
B. Saran.....	98

DAFTAR PUSTAKA	99
----------------------	----

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Tabel 4.1 Profil Informan.....	68
Gambar 2.1 Model Komunikasi Laswell	23
Gambar 2.2 Model Komunikasi Massa Politik	24
Gambar 2.3 Model Komunikasi Politik	25

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Dokumentasi Terkait Penelitian
- Lampiran 2 Dokumentasi Terkait Kemenangan
- Lampiran 3 Kartu Bimbingan
- Lampiran 4 Profil Informan
- Lampiran 5 Pedoman Wawancara
- Lampiran 6 Pedoman Observasi
- Lampiran 7 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 8 Surat Keterangan Sudah Melakukan Penelitian
- Lampiran 9 Bukti Kehadiran Ujian Munaqosah
- Lampiran 10 Bukti Pengajuan Judul
- Lampiran 11 Bukti Kehadiran Seminar Proposal
- Lampiran 12 Daftar Hadir Seminar Proposal Skripsi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemilihan umum (PEMILU) di Indonesia pada awalnya ditunjukkan untuk memilih anggota lembaga perwakilan, yaitu DPR, DPRD, dan DPD. Setelah amandemen ke-IV UUD 1945 pada 2002, pemilihan presiden dan wakil presiden (Pilpres), yang semula dilakukan oleh MPR, disepakati untuk dilakukan langsung oleh rakyat sehingga Pilpres pun dimasukkan ke dalam rezim pemilihan umum, Pemilihan presiden sebagai bagian dari pemilihan umum diadakan pertama kali pada pemilu 2004. Pada 2007, berdasarkan UU No. 22 tahun 2007, pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah (PILKADA) juga dimasukkan sebagai bagian dari rezim umum.¹ Ditengah masyarakat, istilah “pemilu” lebih sering merujuk kepada pemilu legislatif dan pemilu presiden dan wakil presiden yang diadakan lima tahun sekali.

Sepanjang sejarah Indonesia merdeka, baik masa Orde Lama, Orde Baru, sampai Era Reformasi, sudah sebelas kali Pemilihan Umum diselenggarakan. Satu kali pada masa Orde Lama, yakni 1955; enam kali pada masa Orde Baru, yakni 1971, 1977, 1982, 1987, 1992, dan 1997; dan empat kali pada masa Era Reformasi yakni 1999, 2004, 2009, dan 2014. Secara substansial, dari setiap pemilu di atas terdapat hal-hal yang sama, yakni asas-

¹H. Santoso, *Kumpulan Surat Keputusan Komisi Pemilihan Umum*, (Kotalubuklinggau: Komisi Pemilihan Umum, 2007) hal. 6.

asas Pemilu yang dianut, senantiasa berkuat pada lingkaran LUBER (Langsung, Umum, Bebas, dan Rahasia), ataupun JURDIL (Jujur dan Adil).²

Dalam pemilihan umum salah satu unsur yang terlibat yakni partai politik. Berbicara tentang partai politik tentu tidak terlepas dari peran pemuda, perempuan, dan masyarakat dalam kategori pelaku politik. Kategori pelaku politik yang seperti ini yang jelas, meliputi partai-partai politik mapan: sekumpulan individu yang satu pandangan, yang dipersatukan dalam struktur organisasi dan ideologi yang disepakati untuk mencapai tujuan bersama. Tujuan-tujuan ini akan menerminkan sistem nilai dasar, atau ideologi partai itu. Misalnya: ketaatan partai konservatif Inggris pada “kebebasan individu” dan suvermasi pasar atau preferensi partai buruh pada “kapitalisme yang manusiawi” dan prinsip-prinsip keadilan dan kesetaraan sosial. Di Amerika Serikat, partai demokrat secara historis telah diasosiasikan dengan *Liberalisme Relatif* dalam kebijakan sosial, dan pendekatan ekonomi *Interfensionis*, sedangkan partai Republik berkeinginan mengurangi keterlibatan negara dalam segala aspek sosial ekonomi. Dalam semua masyarakat demokrasi, pembedaan semacam itu juga dijumpai.

Terlepas dari perbedaan ideologis yang bisa dijumpai antara partai-partai politik dalam demokrasi modern, mereka memiliki kesamaan komitmen terhadap sarana konstitusional untuk mencapai tujuan mereka, dengan meyakinkan rakyat secara keseluruhan tentang kebenaran mereka, dan menempatkan kebijakan mereka untuk diuji melalui pemilu berkala. Setelah

²A.A. Sahid Gatara Fh., M.Si., *Ilmu Politik (Memahami Dan Menerapkan)*, (Bandung: Cv Pustaka Setia, 2008), hal 24.

mendapatkan mandat (atau menolaknya, sesuatu yang mungkin saja terjadi) mereka setuju untuk mematuhi aturan konstitusi dari sistem politik tempat mereka bekerja, menghargai pembatas atas kekuasaan mereka untuk mengimplementasikan atau menentang kebijakan, hingga saat datangnya kesempatan untuk bersaing dalam pemilu.

Bagi partai-partai jelas bahwa kelancaran fungsi proses yang dijelaskan diatas itu sangat bergantung pada kemampuan mereka berkomunikasi dengan pemilih dan pendukung mereka ketika belakangan ini hak pilih di negara-negara kapitalis dibatasi pada jumlah kecil elit yang memiliki kekayaan dan terdidik, maka cukup bagi partai untuk menggunakan berbagai bentuk komunikasi *interpersonal*, misalnya pertemuan *public* dan aksi unjuk rasa, yang dibantu dengan liputan surat kabar, untuk menjangkau konstituen mereka. Namun di era pilihan universal dan pemilih massa, partai-partai harus menggunakan media massa.³

Dalam membahas politik tentu tidak terlepas dari komunikasi, dan tidak hanya komunikasi saja tentu dalam strategi yang digunakan saat berkampanye juga menggunakan berbagai cara dan strategi seperti komunikasi Islam, dimana dalam hal ini komunikasi Islam tentu tidak pernah terlepas dari kata dakwah, dari nukilan ayat-ayat Al-Qur'an dan penjelasannya, dapat disimak bahwa dakwah Islamiah tiada lain merupakan kegiatan mengkomunikasikan ajaran Allah yang terkandung dalam Al-Qur'an dan as-Sunnah, agar manusia mengambilnya untuk menjadi jalan hidupnya.

³Brian Menair, "*Pengantar Komunikasi Politik*", (Bandung: Nusa Media, 2015), hal 6-7.

Adapun pelaksanaannya harus dilakukan melalui sifat-sifat komunikasi dengan cara selalu berhubungan dengan Allah dan persaudaraan dengan (sesama umat. Sebagaimana yang tertera dalam Al-Qur'an surah Ali Imran ayat 112 yang berbunyi sebagai berikut:

ضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الذَّلَّةُ أَيَّنَ مَا تَقْفُوا إِلَّا بِحَبْلِ مِّنَ اللَّهِ وَحَبْلِ مِّنَ النَّاسِ وَبَآؤُوا بِغَضَبِ مِّنَ اللَّهِ وَضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الْمَسْكَنَةُ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ كَانُوا يَكْفُرُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَيَقْتُلُونَ الْأَنْبِيَاءَ بِغَيْرِ حَقِّ ذَلِكَ بِمَا عَصَوْا وَكَانُوا يَعْتَدُونَ (١١٢)

Artinya: Mereka diliputi kehinaan di mana saja mereka berada, kecuali jika mereka berpegang kepada tali (agama) Allah dan tali (perjanjian) dengan manusia, dan mereka kembali mendapat kemurkaan dari Allah dan mereka diliputi kerendahan. Yang demikian itu karena mereka kafir kepada ayat-ayat Allah dan membunuh para nabi tanpa alasan yang benar. Yang demikian itu disebabkan mereka durhaka dan melampaui batas. (QS Ali Imran ayat 112).⁴

Hal ini berarti bahwa dalam pelaksanaan dakwah Islamiah kita harus menggunakan jenis komunikasi, yaitu komunikasi antara Allah dengan Umat-Nya atau sebaliknya, dan komunikasi antar umat manusia itu sendiri. Mengingat kedudukannya, baik derajat maupun fungsinya, kiranya bisa dikatakan bahwa komunikasi antara Allah dengan umat manusia atau sebaliknya adalah komunikasi vertikal, sedangkan komunikasi antarsesama umat manusia adalah komunikasi horizontal.

Dengan demikian, bisa dipahami bahwa dakwah Islamiah itu pada prinsipnya merupakan “komunikasi yang Islami”, atau dengan kata lain, dakwah Islamiah merupakan ilmu komunikasi dengan sifatnya yang Islami.⁵

⁴Departemen Agama Ri. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, (Bandung: Cv Penerbit Di Ponorogo, 2010), hal. 64.

⁵Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah (Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah)*, (Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2014), hal. 3-4.

Umumnya yang berperan dalam pemilu dan menjadi peserta pemilu adalah partai-partai politik yang menyalurkan aspirasi rakyat dan mengajukan calon-calon untuk dipilih oleh rakyat melalui pemulihan itu. Diantaranya Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), Partai Gerakan Indonesia Raya (GERINDRA), Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), Partai Golongan Karya (GOLKAR), Partai Nasdem (NASDEM), Partai Gerakan Perubahan Indonesia (GARUDA), Partai Berkarya (BERKARYA), Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Partai Persatuan Indonesia (PERINDO), Partai Persatuan Pembanguna (PPP), Partai Amanat Nasional (PAN), Partai Nurani Rakyat (HANURA), Partai Demokrat (DEMOKRAT), Partai Bulan Bintang (PBB), Dan Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia (PKPI).⁶

Di Kabupaten Lahat sendiri terdapat banyak partai yang ikut serta dalam pesta demokratisasi ini, dari sekian banyak partai yang ada di Indonesia yang ikut dalam pemilu diantaranya adalah Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan atau yang sering disingkat menjadi PDIP. Partai demokrasi perjuangan (PDIP) lahir sejak tahun 1999, yang diketuai oleh Megawati Soekarno Putri. Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) adalah sebuah partai politik di Indonesia yang lahir dari perpecahan partai lain yaitu partai demokrasi Indonesia (PDI). PDI sendiri merupakan partai yang terbentuk dari bergabungnya beberapa partai diantaranya partai nasional Indonesia (PNI), partai kristen Indonesia (Parkindo), partai katolik. Ikatan

⁶Situs Website Resmi KPU Kabupaten Lahat melalui www.kpu.lahatkab.go.id, Diakses Pada Tanggal 28 September 2018, Pukul 16:36 Wib.

pendukung kemerdekaan Indonesia (IPKI), Murba.⁷ salah satu partai yang selalu ikut dalam pemilu adalah Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP).

Perwakilan dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) ini dalam pemilu yang dilaksanakan tahun 2009-2014 dan 2014-2019 salah satunya adalah Herliansyah, SH., MH, anak dari H. M. Din Jum'at dan Hj. Rohana anak ke empat dari enam bersaudara. Yang lahir di desa Muara Danau, 28 Juli 1974 beragama Islam. yang saat ini telah menikah dengan Yulia Dinarta, A.Md yang telah mempunyai tiga orang anak, satu laki-laki dan dua perempuan. Saat ini dia memegang jabatan sebagai Ketua DPC tingkat Kabupaten periode 2014-2019. Dengan pendidikan yang telah ditempuhnya sebagai berikut: SD Negeri 1 Bungamas tahun 1999-2014 di Palembang, SMP Negeri 1 Bungamas tahun 1987-1990, SMA Negeri 1 Lahat tahun 1990-1993, S1 UNIV. Muhammadiyah Palembang tahun 1994-1998, S2 UNIV. Muhammadiyah Palembang tahun 2009-2011. Dengan riwayat pekerjaan sebagai berikut: Advokat (Pengacara) pada tahun 1999-2014 di Palembang, Anggota DPRD Kabupaten Lahat tahun 2007, Ketua DPRD Kabupaten Lahat tahun 2009-2014, dan saat ini Ketua DPRD Kabupaten Lahat tahun 2014-2019.

Berdasarkan hasil observasi awal yang peneliti lakukan peneliti mendapatkan data bahwa perwakilan dari PDIP memiliki suara terbanyak saat pemilu yang diselenggarakan pada tahun 2014-2019 yang terdiri dari lima

⁷Wiwin Lestari, "Wacana Kampanye Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (Pdi-P) Sebagai Komunikasi Politik Dalam Pemilihan Umum Legislatif 2014 Di Yogyakarta", Skripsi Fakultas Syariah Dan Hukum, Uin Sunan Kalijaga, 2015, hal. 2.

daerah pilihan (dapil) diantaranya: dapil I Kecamatan Lahat dengan jumlah suara 9.858, dapil II Kecamatan Merapi Barat, Merapi Selatan, Dan Merapi Timur Dengan jumlah suara 3.965, dapil III Kecamatan Gumai Ulu, Pulau Pinang, Pagar Agung, Tanjung Tebat, Dan Kota Agung dengan jumlah suara 4.893, dapil IV Kecamatan Tj Sakti Pumi, Tj Sakti Jarai, Pajar Bulan, Muara Payang, Dan Sukame Rindu dengan jumlah suara 8.607, dapil V Kecamatan Gumai Talang, Kikim Selatan, Kikim Barat, Kikim Tengah, Kikim Timur Dan Pseksu dengan jumlah suara 7.237. Sedangkan objek penelitian pada penelitian ini peneliti mengambil objek dari dapil V Herliansyah, SH., MH, dengan jumlah suara 2.900. jumlah suara yang di miliki oleh Herliansyah, SH., MH ini memiliki jumlah suara terbanyak. Sehingga Herliansyah, SH., MH ini dipercaya memimpin Kabupaten Lahat sebanyak dua periode yakni pada tahun 2009-2014 dan 2014-2019.

Alasan peneliti memilih Herliansyah, SH., MH, sebagai objek penelitian karena berdasarkan hasil observasi awal yang peneliti lakukan Herliansyah, SH., MH ini sudah dua kali periode memenangkan suara, menduduki kursi dan berkuasa di Kabupaten Lahat, memiliki gaya komunikasi yang santun, ramah dan baik. Namun tidak hanya memenangkan suara, berkuasa, dan menduduki kursi saja Herliansyah, SH., MH juga memiliki pendukung yang banyak. Selain itu Herliansyah, SH., MH ini juga pernah terpilih menjadi Putra Daerah di Kabupaten Lahat dan menjadi Advokat (pengacara) Tahun 1999-2014 di Palembang.

Berangkat dari fenomena tersebut, peneliti memutuskan untuk melakukan kajian lebih mendalam tentang Strategi Komunikasi Politik Anggota Legislatif Herliansyah, SH., MH Perspektif Prinsip Komunikasi Islam di Kabupaten Lahat Sumatera Selatan. Dalam penelitian ini peneliti memulai penelitian dengan mengumpulkan data-data tentang Herliansyah S.H, menganalisis strategi komunikasi politik yang dipakai dilihat dari perspektif Prinsip Komunikasi Islam.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Komunikasi Politik yang digunakan Herliansyah, SH., MH dalam memenangkan suara di Kabupaten Lahat?
2. Bagaimana Strategi Komunikasi Islam yang digunakan Herliansyah, SH., MH dalam memenangkan suara di Kabupaten Lahat?

C. Batasan Masalah

Untuk memudahkan dalam penelitian ini dan tidak meluasnya permasalahan yang dibahas maka penulis membatasi penelitian ini tentang:

1. Komunikasi Politik yang digunakan Herliansyah, SH., MH dalam memenangkan suara di Dapil V Kabupaten Lahat yang meliputi: Kecamatan Kikim Timur di Desa Bungamas, Muara Danau, dan Patikal lama.
2. Strategi Komunikasi Islam di lihat dari perkataan yang digunakan oleh Herliansyah, SH., MH dalam memenangkan suara di Kabupaten Lahat.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk Mendeskripsikan dan menjelaskam tentang Komunikasi Politik yang digunakan Herliansyah, SH., MH dalam memenangkan suara di Kabupaten Lahat.
2. Untuk Mendeskripsikan dan menjelaskam tentang Strategi Komunikasi Islam yang digunakan Herliansyah, SH., MH dalam memenangkan suara di Kabupaten Lahat.

E. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari hasil penelitian ini mencakup dua hal:

1. Kegunaan teoritis/akademik, digunakan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan khazanah keilmuan tentang komunikasi politik, dan strategi komunikasi Islam.
2. Kegunaan praktis, digunakan untuk memberi masukan kepada masyarakat dan pada mahasiswa khususnya tentang Komunikasi Politik yang digunakan dalam memenangkan suara pada pemilihan anggota legislatif, dan tentang Strategi Komunikasi Islam yang digunakan untuk memenangkan suara pada pemilihan anggota legislative. Penelitian ini merupakan salah satu bentuk pengaplikasiaan ilmu pengetahuan, dan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Berdasarkan tulisan tentang strategi komunikasi politik telah ada sebelumnya, guna menghindari kesamaan dalam penelitian berikut ini kami paparkan beberapa tulisan yang berkenaan dengan strategi komunikasi politik:

Pertama, **Debie Pratama Saputra**. Dengan judul *Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Dari Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) Menuju Pemilu 2014 di Kabupaten Kubar*. Dengan berdasarkan hasil penelitian dari data yang ada, strategi komunikasi politik, yang digunakan calon legislatif PKB Kabupaten Kutai Barat menuju pemilu 2014, Partai Kebangkitan Bangsa, khususnya calon Legislatif pesan-pesan yang disampaikan melalui komunikasi kepada masyarakat Kutai Barat dengan bersentuhan langsung pada masyarakat, yang merupakan prioritas utama yaitu membangun komunikasi dan silaturahmi serta memperluas jaringan partai dengan menggandeng tokoh masyarakat, Ulama, organisasi masyarakat, kalangan pemuda ataupun pendekatan secara personal (ikatan emosional) dengan cara melakukan berbagai kegiatan.

Mengoptimalakan peran media massa dengan terus menjalin hubungan dengan pers yaitu promosi, iklan, website, berupa pengiriman rilis berita maupun penginformasian kegiatan partai. Menjalankan kampanye

individu dan kampanye terbuka guna pencitraan politik yang bertujuan untuk menyakinkan masyarakat bahwa PKB berbeda dengan partai lain.⁸

Kedua, **Fitriyani Subekti**. Dengan judul *Strategi Kampanye Anggota Legislatif DPRD Kabupaten Bantul Dapil V Pada Pileg 2014*. Menggunakan metode pengumpulan data dilakukan dengan cara menghimpun data yang berupa data primer dan data skunder. Data primer yang digunakan adalah informasi yang diperoleh melalui *Interview* dan observasi, sedangkan data skunder dihimpun dari berbagai temuan literatur, dokumen atau catatan-catatan sosial politik dan dianalisis dengan menggunakan teori marketing politik Islam.

Dengan hasil penelitian adalah strategi yang digunakan oleh kedua anggota legislatif adalah a. Sugeng Sudaryanto: 1. Pembentukan tim sukses, 2. Sosial Kemasyarakatan (silaturahmi, simpati). b. Sadjid: 1. *Hablum Min Allah*, 2. *Hablum Min-annas* (sosial agama, sosial kemasyarakatan). Tidak semua strategi yang digunakan oleh anggota legislatif sesuai dengan marketing politik Islam. Hal ini bisa dilihat salah satu strategi sosial agama berupa ceramah dan khutbah tidak sesuai dengan nilai humanistik. Strategi yang lebih humanistik yaitu memperlakukan manusia sebagai mana mestinya tanpa membedakan agama atau berfokus pada masyarakat tertentu. Strategi kemenangan politik yang digunakan terkesan menggedepkan orang-orang yang seagama. Sedangkan strategi yang paling efektif di daerah pilihan V adalah strategi yang mengembangkan sosial kemasyarakatan. Strategi yang

⁸Debie Pratama Saputra, *Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Dari Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) Menuju Pemilu 2014 Di Kabupaten Kubar*, Jurnal Ilmu Komunikasi Fisip UNMUL 2015.

humanis tanpa membedakan agama dan status yang ada di dalam masyarakat.⁹

Ketiga, **Fadly Jamil**, mahasiswa UIN Alauddin Makassar dengan judul *Strategi Komunikasi Politik Pilkada Gowa 2015 (Studi Kasus Kemenangan Adnan Purichta Ichsan Yasin Limpo, S.H Dan H Abd Rauf Malaganni S.Sos.,M.Si)*. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode membangun komunikasi langsung dengan warga selain itu, didukung keluarga, kekuatan modal beserta jaringan yang kuat dalam mengemas pesan-pesan politik secara lebih apik menjadi investasi politik tersendiri bagi pasangan Adnan dan H Abd Rauf dalam meraih kemenangannya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa walaupun terjadi gejolak seelum dan pasca pemilihan kepala daerah Kabupaten Gowa, Adnan dan pasangannya dapat keluar sebagai pemenang.¹⁰

Berdasarkan penelusuran pustaka diatas, perbedaan penelitian yang ditulis oleh Debie Pratama Saputra dengan skripsi ini terdapat pada perbedaan fokus kajiannya, dimana penelitian tersebut terfokus pada *Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif DPC PKB*. Sedangkan skripsi ini terfokus kepada *Strategi Komunikasi Politik Anggota Legislatif Dalam Perspektif Komunikasi Islam*.

Berdasarkan penelusuran pustaka diatas, perbedaan penelitian yang ditulis oleh Fitriyani Subekti dengan skripsi ini terdapat pada perbedaan

⁹Fitriyani Subekti, *Strategi Kampanye Anggota Legislatif DPRD Kabupaten Bantul V Pada Pileg 2014*, Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga, 2015, hal. ii.

¹⁰Fadly Jamil, "*Strategi Komunikasi Politik Pilkada Gowa 2015 (Studi Kasus Kemenangan Adnan Pirichta Ichsan Yasin Limpo. S.H Dan H. Abd Rauf Malaganni, S.Sos., M.Si)*", Skripsi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Uin Alauddin Makassar, 2016, hal X.

fokus kajiannya, dimana peneliti tersebut terfokus pada *Anggota Legislatif, Strategi Kampanye, dan marketing Politik Islam*. Sedangkan skripsi ini terfokus kepada *Strategi Komunikasi Politik Anggota Legislatif Dalam Perspektif Komunikasi Islam*.

Berdasarkan penelusuran pustaka diatas, perbedaan penelitian yang ditulis oleh Fadly Jamil dengan skripsi ini terdapat pada perbedaan fokus kajiannya, dimana penelitian tersebut terfokus pada *Strategi Komunikasi Politik yang digunakan oleh Adnan Purichta Ichsan Yasin Limpo, S.H Dan H Abd Rauf Malaganni S.Sos.,M.Si pada pilkada Gowa 2015*. Sedangkan skripsi ini terfokus kepada *Strategi Komunikasi Politik Anggota Legislatif Dalam Perspektif Komunikasi Islam*.

G. Sistematika Penulisan

BAB I merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kajian penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan. Sedangkan BAB II merupakan bab kerangka teori, yang terdiri dari sub bab kajian tentang komunikasi politik yang meliputi definisi, fungsi dan model komunikasi politik, kajian tentang partai politik yang meliputi definisi, fungsi, pembentukan, asas dan ciri dan tujuan dari partai politik, kajian tentang komunikasi Islam yang meliputi definisi, unsur-unsur, dan strategi dari komunikasi Islam, strategi komunikasi politik dan prinsip-prinsip komunikasi Islam yang meliputi *qaulan ma'rufan, qaulan kariman, qaulan maysuran,*

qaulan balighan, qaulan layyinan, qaulan sadidan, qaulan tsaqilan, qaulan adziman, dan ahsanu qaulan..

BAB III merupakan metodologi penelitian, pada bab ini membahas tentang pendekatan dan jenis penelitian, penjelasan judul penelitian, waktu dan lokasi penelitian, informasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik keabsahan data, dan teknik analisis data. Adapun BAB IV merupakan bab hasil penelitian dan pembahasan, yang terdiri dari sub bab Selanjutnya BAB V merupakan penutup, pada bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran.

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Kajian Tentang Komunikasi Politik

1. Definisi Komunikasi Politik

Berbicara tentang komunikasi politik tidak pernah terlepas dari dua kata yaitu komunikasi dan politik. Komunikasi adalah salah satu dari aktivitas manusia yang dikenali oleh semua orang namun sangat sedikit yang dapat mendefinisikannya secara memuaskan.¹¹ Kebutuhan manusia untuk berhubungan dengan sesamanya, diakui oleh hampir semua agama telah ada sejak adam dan hawa. Istilah komunikasi berpangkal pada perkataan latin *communis* yang artinya membuat kesamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa latin *communico* yang artinya membagi. Sedangkan menurut Rogers bersama D. Lawrence Kincaid komunikasi adalah proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lain, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.¹² Menurut aristoteles dalam bukunya *Rethoric* membuat definisi komunikasi dengan

¹¹John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi-Edisi Ketiga*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), Hal 1.

¹²Prof.Dr.H, Hafied Cangara, M.Sc, *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kedua*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2012), Hal 20-22.

menekankan “siapa mengatakan apa kepada siapa”.¹³ Menurut kamus politik, komunikasi adalah pengiriman atau pemberitahuan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami, hubungan, kontak dan perhubungan.¹⁴

Perkataan “politik” berasal dari bahasa Yunani dan diambil alih oleh banyak bahasa, termasuk bahasa Indonesia. pada zaman klasik Yunani, negara atau lebih tepat negara-kota disebut “polis”. Plato menamakan bukunya tentang soal-soal kenegaraan *Politeia*, dan muridnya bernama Aristoteles menyebut karangannya tentang soal-soal kenegaraan *Politikon*. Maka “politik” memperoleh arti seni mengatur dan mengurus negara dan ilmu kenegaraan.¹⁵ Sedangkan politik adalah gejala serba hadir dalam rangkaian kegiatan umat manusia dalam sehari-harinya. Artinya, politik untuk pertama kalinya berangkat dari aktivitas manusia yang berangkai-rangkai atau kait-mengait dalam segala aspek kehidupan, termasuk kegiatan bernegara dan bermasyarakat.¹⁶ Politik adalah siapa memperoleh apa, kapan, dan bagaimana, pembagian nilai-nilai oleh yang berwenang, kekuasaan dan pemegang kekuasaan, pengaruh, tindakan yang diarahkan untuk mempertahankan dan atau memperluas tindakan lainnya. Dari semua pandangan yang beragam itu ada persuasi umum bahwa politik mencakup sesuatu yang dilakukan

¹³Prof. Hafied Cangara, M.Sc., Ph.D., *Komunikasi Politik (Konsep, Teori, Dan Strategi)*, (Jakarta: Rajagrafindopersada, 2016), Hal 14.

¹⁴B.N. Marbun, SH, *Kamus Politik*, (Jakarta: PT Midas Surya Grafindo, 1996), Hal. 337.

¹⁵B.N. Marbun, SH, *Kamus Politik*, Hal. 518.

¹⁶A.A. Sahid Gatara Fh., M.Si., *Ilmu Politik (Memahami Dan Menerapkan)*, (Bandung: CV PUSTAKA SETIA, 2008), Hal 26.

orang, politik adalah kegiatan. Dan ia adalah kegiatan yang lain. Ekonomi, keagamaan, atletik, dan sebagainya. Sedangkan menurut ilmuwan politik Mark Reolofs mengatakan dengan cara sederhana, politik adalah pembicaraan, atau lebih tepat kegiatan politik (berpolitik) adalah berbicara. Ia juga menekankan bahwa politik tidak hanya pembicaraan, juga tidak semua pembicaraan adalah politik. Akan tetapi, hakikat pengalaman politik dan bukan hanya kondisi dasarnya. Ialah bahwa ia adalah kegiatan berkomunikasi antara orang-orang.¹⁷ Adapun politik menurut Lasswell dalam rana kajian ilmu politik, ia memberikan kerangka pemikiran politik dengan rumusan “*who gets what and when*”. Sejatinya, analisa definisi Laswell merujuk bahwa politik berasumsi sebuah upaya untuk mencapai kekuasaan dan bagi kebanyakan orang tentu preposisi tersebut sangat menggiurkan.¹⁸

Komunikasi sebagai kegiatan politik merupakan penyampaian pesan-pesan yang bercirikan politik oleh aktor-aktor politik pada pihak lain. Kegiatan ini bersifat empirik karena dilakukan secara nyata dalam kehidupan sosial. Sedangkan sebagai kegiatan ilmiah maka komunikasi politik adalah salah satu kegiatan politik dalam sistem politik.

Pengertian lain yaitu dari Rusadi Kantaprawira seorang pakar hukum, melihat komunikasi politik dari sisi kegunaannya. Menurut Rusadi, komunikasi politik itu adalah untuk menghubungkan pikiran

¹⁷Dan Nimmo, *Komunikasi Politik Komunikator, Pesan, Dan Media*, (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA,2008), Hal 8.

¹⁸Dedi Kurnia Syah Putra, *Komunikasi CSR Politik Membangun Reputasi, Etika, dan Estetika PR Politik*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GRUOP, 2015), hal. 188.

politik yang hidup dalam masyarakat, baik pikiran intern golongan, instansi, asosiasi, ataupun sektor kehidupan politik pemerintah.¹⁹

Menurut Hafied Cangara dia merumuskan batasan komunikasi politik sebagai suatu proses komunikasi yang memiliki implikasi atau konsekuensi terhadap aktivitas politik. Jadi, menurut Cangara, perbedaan komunikasi politik dengan komunikasi lainnya adalah pada sifat dan isi pesanya.²⁰

Menurut Susanto, komunikasi politik sebagai komunikasi yang diarahkan kepada pencapaian suatu pengaruh sedemikian rupa, sehingga masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi dapat mengikat semua warganya melalui suatu sanksi yang ditentukan bersama.²¹

Sedangkan menurut Dahlan komunikasi politik ialah suatu bidang atau disiplin yang menelaah perilaku dan kegiatan komunikasi yang bersifat politik, mempunyai akibat politik, atau berpengaruh terhadap perilaku politik. Dengan demikian pengertian komunikasi politik dapat dirumuskan sebagai suatu proses pengoperan lambang-lambang atau simbol-simbol komunikasi yang berisi pesan-pesan politik dari seseorang atau kelompok yang berisi pesan-pesan politik dari seseorang atau kelompok kepada orang lain dengan tujuan untuk membuka wawasan atau

¹⁹Rochajat Harun, Ir., Med., Phd Dan Sumarno Ap., Drs., S.H, *Komunikasi Politik Sebagai Suatu Pengantar*, (Bandung: Cv MANDIRI MAJU, 2006), Hal 2-3.

²⁰Prof. Dr. Damsar, *Pengantar Sosiologi Politik*, (Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA GROUP, 2010), Hal 208.

²¹Prof. Deddy Mulyana, M.A., Ph.D., *Komunikasi Kontekstual (Teori Dan Praktis Komunikasi Kontemporer)*, (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2011), Hal.414.

cara berpikir, serta memengaruhi sikap dan tingkah laku khalayak yang menjadi target politik.²²

2. Fungsi Komunikasi Politik

Komunikasi politik, sebagai suatu unsur dari sistem politik, digerakkan oleh partai politik atau aktor politik dengan maksud untuk meraih berbagai fungsi.²³ Banyak ahli telah membicarakan tentang fungsi komunikasi politik. Dari berbagai pandangan yang telah ada dalam berbagai literatur kita bisa menyimpulkan bahwa fungsi komunikasi politik meliputi:

a) Fungsi Informasi

Seperti halnya komunikasi pada umumnya, komunikasi politik juga memiliki fungsi informasi politik, yaitu penyampaian pesan-pesan yang berkaitan dengan politik seperti visi, misi, tujuan, sasaran atau arah kebijakan baik partai politik maupun aktor politik lainnya. Melalui komunikasi politik, informasi atau pesan yang disampaikan oleh sumber atau pengirim (baik partai politik maupun aktor politik lainnya) dapat diketahui, dikenali, atau disereap oleh penerima (konsisten atau para pemilih).²⁴

b) Fungsi Pendidikan

Informasi utama yang disalurkan dari sumber kepada penerima adalah tentang pendidikan. Melalui komunikasi politik transmisi pendidikan politik dari partai politik dan/atau aktor politik diharapkan

²²Prof.Dr.H, Hafied Cangara, M.Sc, *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kedua*, Hal 35.

²³Prof. Dr. Damsar, *Pengantar Sosiologi Politik*, Hal 210.

²⁴P. Anthonius Sitepu, *Studi Ilmu Politik*, (Yogyakarta: GRAHA ILMU, 2012), Hal. 171.

bisa terjadi. Ada banya isi pendidikan politik yang dikomunikasikan dalam kehidupan politik, yaitu antara lain ideologi (negara, partai politik, gerak sosial dan sebagainya), nilai (kebangsaan, patriotisme, demokrasi, kebebasan, dan lain-lain), praktis (visi, misi, tujuan sasaran, program, dan strategi partai politik atau aktor politik), atau keterampilan (pidato, lobi, resolusi konflik, dan lain-lain).²⁵

c) Fungsi Intruksi

Fungsi instruksi merupakan fungsi komunikasi politik yang berkaitan dengan pemberian perintah berupa kewajiban, perintah kewajiban berhubungan sesuatu yang mau atau tidak mau, suka atau tidak suka, sukarela atau terpaksa harus dilaksanakan atau dilakukan. Sedangkan intruksi larangan merupakan suatu perintah yang harus dilakukan dalam kondisi apapun juga. Sedangkan intruksi anjuran merupakan suatu perintah untuk melakukan atau menghindari sesuatu secara sukarela.

d) Fungsi Persuasi

Fungsi persuasi adalah fungsi komunikasi politik yang berhubungan dengan kemampuan untuk memengaruhi orang lain sehingga melakukan, melaksanakan atau mengubah sesuatu seperti yang diharapkan oleh pemberi pesan (pengirim/sumber). Melakukan, melaksanakan atau mengubah sesuatu berkaitan dengan aspek kognisi, afeksi, dan sikap serta perilaku. Fungsi persuasi politik dari

²⁵Prof. Dr. Damsar, *Pengantar Sosiologi Politik*, Hal 211.

komunikasi politik berlangsung intens ketika musim pemilihan (pileg, pilpres dan pilkada) tiba. Kegiatan kampanye pemilihan umum melalui berbagai media, misalnya, bertujuan agar penerima pesan (konstituen, simpatisan atau anggota) melakukan, melaksanakan atau merubah sesuatu sesuai dengan keinginan atau kehendak pengirim pesan (partai politik atau aktor politik lainnya).²⁶

e) Fungsi Hiburan

Fungsi hiburan merupakan fungsi komunikasi politik yang menyampaikan pesan-pesan hiburan di antara berbagai rangkaian isi pesan yang dikomunikasi. Dalam rangkaian acara rapat atau pertemuan politik, misalnya, terdapat acara hiburan seperti lawak, band, atau nasyid. Tidak jarang penyampaian orasi atau pidato politik diselingi pula dengan humor, anekdot, atau lawakan. Dalam realitas kampanye partai politik pada masa kampanye pemilihan umum, misalnya, kegiatan tersebut dipandang sebagai salah satu sasaran hiburan lima tahunan. Sebab ketika masa kampanye, partai politik berusaha mengajak masa sebanyak mungkin untuk menghadiri pelaksanaan kampanye politik yang mereka lakukan. Agar bisa maka parpol tersebut menyediakan kendaraan umum untuk sampai ke area kampanye, baju kaus atau atribut lainnya, dan tidak lupa menyediakan uang saku beserta makanan. Bagi masyarakat, kegiatan

²⁶Prof. Dr. Damsar, *Pengantar Sosiologi Politik*, Hal 214.

kampanye seperti itu sangat diminati karena ada hiburan gratis yang dikasih makan, bahkan diberi uang saku.²⁷

3. Model Komunikasi Politik

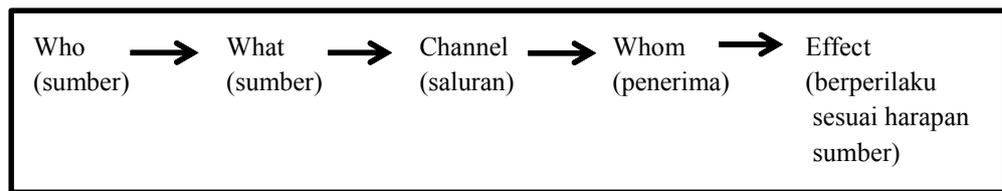
Model komunikasi politik menunjuk pada suatu pola dari proses komunikasi yang berkaitan dengan berbagai aktivitas aliran informasi. Dalam komunikasi politik, paling sedikit, terdapat tiga model yang digunakan:

a) Model Linier

Dalam literatur komunikasi terdapat banyak pembahasan tentang model linier komunikasi. Salah satu model linier yang sering dirujuk adalah model Laswell. Model linier Laswell merupakan jawaban pertanyaan *What says What to Whom through Which channel and with What Effect?* Model ini menggambarkan arah linier komunikasi dari sumber, pesan, dan penerima. Dalam komunikasi politik, model linier digunakan oleh sumber, dalam hal ini partai politik atau aktor politik, untuk menginformasikan, mendidik, memberikan intruksi, membuat hiburan, atau memengaruhi sasaran, dalam hal ini konstituen. Model Laswell sering digunakan untuk kampanye politik yang bersifat monologis. Untuk memahami Model Laswell, berikut disajikan gambar berikut ini.²⁸

²⁷Prof. Dr. Damsar, *Pengantar Sosiologi Politik*, Hal 215.

²⁸Prof. Dr. Damsar, *Pengantar Sosiologi Politik*, Hal 216.



Gambar 2.1

Model Komunikasi Laswell

Dalam komunikasi massa politik, penggunaan saluran media cetak atau elektronik sangat membantu tugas atau aktivitas pemberi pesan. Banyak saluran media massa yang dapat digunakan dalam komunikasi politik, yaitu antara lain televisi, radio, surat kabar, majalah, tabloid, poster, pamflet, stiker, kalender, dan baliho. Dalam masa kampanye pemilihan umum, presiden dan kepala daerah, misalnya, partai politik, calon presiden atau calon kepala daerah menginformasikan tentang apa, siapa dan mengapa agar para konstituen yang sedang mendengar atau menonton terpengaruh melalui berbagai media massa seperti yang disebut di atas. Kampanye ini seperti ini bersifat monologis atau satu arah, sehingga isi dan kemasan iklan yang harus dibuat komunikatif agar setiap lapisan masyarakat memahami dan terpengaruh terhadap pesan yang disampaikan.²⁹

Komunikasi massa politik dapat dilakukan oleh suatu pihak agar aktor politik sebagai pemimpin opini, khususnya elite politik (legislatif dan eksekutif), mendengar pesan untuk melakukan suatu kebijakan politik. Untuk sederhananya dapat dilihat gambar di bawah ini.

²⁹Prof. Dr. Damsar, *Pengantar Sosiologi Politik*, Hal. 218.



Gambar 2.2

Model Komunikasi Massa Politik

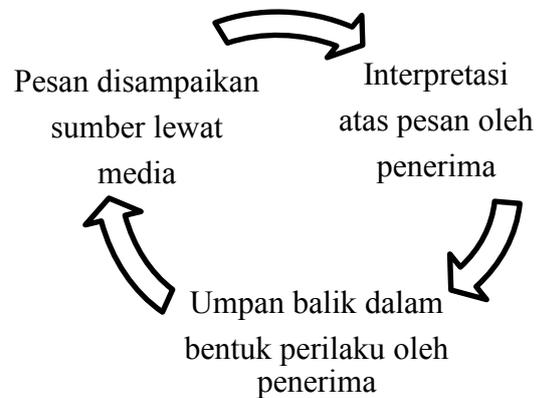
b) Model Interaksi

Secara sederhana interaksi, seperti telah didiskusikan pada bab awal, dipahami sebagai suatu tindakan timbal balik, bukan tindakan sepihak atau satu arah, tetapi tindakan dua arah. Dalam model ini, suatu komunikasi politik tidak dipandang sebagai proses stimuli-respons yang mekanik, tetapi sebaliknya suatu proses aksi reaksi yang dinamis yang diantarai oleh adanya interpretasi atau proses pemaknaan dari penerima pesan. Komunikasi politik dikatakan berhasil apabila pemahaman makna atau makna yang dikonstruksi tentang pesan antara sumber (pemberi informasi) dan penerima tidak berbeda (sama) dan penerima melakukan sesuatu sesuai dengan yang diharapkan oleh sumber.³⁰

Proses ini berawal dari sumber mengelola pesan. Kemudian pesan tersebut disalurkan melalui media. Pesan yang disampaikan melalui media tersebut diinterpretasi oleh penerima. Proses interpretasi penerima pesan akan relatif sama dengan apa yang dimaksud oleh sumber, apabila antara sumber dan penerima pesan memiliki latar yang sama. Hasil interpretasi atas pesan oleh penerima akan berwujud umpan balik dalam bentuk aksi atau perilaku yang

³⁰Prof. Dr. Damsar, *Pengantar Sosiologi Politik*, Hal. 219.

dilakukan oleh penerima. Berikut gambar yang diharapkan bisa memahami secara mudah model interaksi ini.



Gambar 2.3

Model Interaksi Komunikasi Politik

c) Model Transaksional

Transaksional menunjuk pada suatu proses transaksi antara seseorang dengan orang lain. Dengan kata lain, model komunikasi ini terjadi dalam komunikasi antarpersonal oleh dua orang partisipan komunikasi. Dalam transaksi terdapat proses dialogis, yaitu proses bersama dalam pembentukan makna.³¹ Dalam model transaksional komunikasi politik, ke dua belah pihak aktif saling bertukar pesan dan interpretasi. Artinya, pesan yang disampaikan diinterpretasi. Hasil interpretasi disampaikan dan menjadi pesan. Proses tersebut berakhir ketika telah berbentuk suatu pemahaman bersama terhadap suatu pesan.

³¹Prof. Dr. Damsar, *Pengantar Sosiologi Politik*, Hal. 220.

B. Kajian Tentang Partai Politik

1. Definisi Partai Politik

Partai politik dinilai berdasarkan produk politik yang dihasilkan partai politik bersangkutan oleh basis massanya atau yang sering disebut dengan konstituen. kemampuan untuk mengemas produknya menjadi opini publik, yang membuat masyarakat yakin akan perubahan kehidupannya ke arah yang lebih baik, adalah modal utama sebuah partai politik. partai politik adalah institusi politik yang berupa organisasi nonpemerintah, yang didirikan untuk memperjuangkan hak dan kewajiban warga negara dalam rangka mencapai kesejahteraan serta kedaulatan rakyat.³²

Menurut guru besar hukum UI, Prof. Miriam Budiardjo, partai politik adalah suatu kelompok yang terorganisir dimana para anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai, dan cita-cita yang sama. tujuan kelompok ini ialah memperoleh kekuasaan politik dan merebut kedudukan politik dengan cara konstitusional untuk melaksanakan kebijakannya.

Menurut Carr, partai politik adalah suatu organisasi yang berusaha untuk mencapai dan memelihara pengawasan terhadap pemerintah.³³

Menurut R.H. Soltau, partai politik adalah sekelompok warga negara yang sedikit banyak terorganisir, yang bertindak sebagai suatu kesatuan politik

³²Indra Bastian, SE., M.B.A., Ph.D, *Akutansi Untuk LSM Dan Partai Politik*, (Jakarta: ERLANGGA, 2007), Hal. 150.

³³Prof. Dr. Hafied Canggara, M.Sc., *Komunikasi Politik Konsep, Teori Dan Strategi*, (Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2009), Hal. 208.

yang bertujuan untuk menguasai pemerintah serta melaksanakan kebijakan umum organisasi.

Menurut Carl J. Friedrich, partai politik adalah sekelompok manusia yang terorganisir secara stabil dengan tujuan merebut atau mempertahankan penguasaan terhadap pemerintahan bagi pemimpin partainya, dan berdasarkan penguasaan ini, memberikan kepada anggota partainya kemanfaatan yang bersifat idil maupun materil.³⁴

Sedangkan secara khusus pengertian partai politik disebutkan dalam UU RI No. 31 Tahun 2002 tentang Partai Politik, yaitu partai politik adalah organisasi politik yang dibentuk oleh sekelompok warga negara Republik Indonesia secara sukarela, atas dasar persamaan kehendak dan cita-cita, untuk memperjuangkan kepentingan anggota, masyarakat, bangsa, dan negara melalui pemilihan umum.³⁵

2. Fungsi Partai Politik

Dalam negara demokrasi, partai politik menyelenggarakan beberapa fungsi:

a) Partai Politik Sebagai Sarana Komunikasi Politik

Partai politik menyalurkan aneka ragam pendapat dan aspirasi masyarakat serta mengatur sedemikian rupa, sehingga kesimpangsiuran pendapat dalam masyarakat menjadi berkurang.

Komunikasi politik sebagai salah satu fungsi *Input* dalam sistem politik, pada hakekatnya, menggambarkan bahwa proses

³⁴Indra Bastian, SE., M.B.A., Ph.D, *Akutansi Untuk LSM Dan Partai Politik*, Hal. 150.

³⁵Indra Bastian, SE., M.B.A., Ph.D, *Akutansi Untuk LSM Dan Partai Politik*, Hal. 150.

penyamapaian informasi-informasi politik. Di mana melalui media komunikasi inilah kita dapat menyampaikan informasi-informasi politik.³⁶

b) Partai Politik Sebagai Sarana Sosialisasi Politik

Sosialisasi politik diartikan sebagai proses sikap dan orientasi seseorang terhadap fenomena politik dalam mengikuti kecenderungan masyarakat. selain itu sebagai pelaku pendidikan politik bagi anggotanya dan masyarakat luas, warga negara Republik Indonesia juga sadar akan hak dan kewajibannya dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.

c) Partai Politik Sebagai Sarana Rekrutmen Politik

Untuk mencari dan mengajak orang yang berbakat untuk turut aktif dalam kegiatan politik, rekrutmen anggota partai merupakan upaya regenerasi kepemimpinan. dengan demikian, partai politik memperluas partisipasi politik.

d) Partai Politik Sebagai Sarana Pengatur Politik

Dalam demokrasi, persaingan dan perbedaan pendapat dalam masyarakat merupakan hal yang wajar. jika sampai terjadi konflik, partai politik berusaha untuk mengatasinya.³⁷

3. Pembentukan Partai politik

Adapun tentang pembentukan partai politik, sebagai berikut:

³⁶P. Anthonius Sitepu, *Studi Ilmu Politik*, Hal. 189.

³⁷Indra Bastian, SE., M.B.A., Ph.D, *Akutansi Untuk LSM Dan Partai Politik*, Hal. 151.

- a) Partai politik didirikan dan dibentuk oleh sekurang-kurangnya 50 (lima puluh) orang warga negara Republik Indonesia yang telah berusia 21 (dua puluh satu) tahun dengan akta notaris.
- b) Akta notaris tersebut harus memuat anggaran dasar dan anggaran rumah tangga disertai kepengurusan tingkat nasional.
- c) Partai politik tersebut harus didaftarkan ke Departemen Kehakiman dengan syarat:
 - 1) Memiliki akta notaris pendirian partai politik yang sesuai dengan Undang-Undang Dasar Negara republik Indonesia Tahun 1945 dan peraturan perundang-undangan lainnya.
 - 2) Mempunyai kepengurusan sekurang-kurangnya 50% dari jumlah provinsi, 50% dari jumlah kabupaten/kota pada setiap provinsi yang bersangkutan, dan 25% dari jumlah kecamatan pada setiap kabupaten/kota yang bersangkutan.
 - 3) Memiliki nama, lambang dan tanda gambar yang tidak mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan nama, lambang dan tanda gambar partai politik lain.
 - 4) Dan mempunyai kantor tetap
- d) Pengesahan partai politik sebagai badan hukum dilakukan oleh Menteri Kehakiman selambat-lambatnya 30 hari setelah penerimaan pendaftaran.
- e) Pengesahan partai politik tersebut harus diumumkan dalam berita Negara Republik Indonesia.

- f) Dalam hal terjadi perubahan anggaran dasar dan anggaran rumah tangga, nama, lambang, dan tanda gambar partai politik harus didaftarkan ke Departemen Kehakiman.³⁸

4. Asas dan Ciri Partai Politik

Asas dan ciri partai politik meliputi:

- a) Asas partai politik tidak boleh bertentangan dengan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945.
- b) Setiap partai politik dapat mencantumkan ciri tertentu sesuai dengan kehendak dan cita-cita yang tidak bertentangan dengan Pancasila, Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, dan perundang-undangan yang berlaku.

5. Tujuan Partai Politik

Tujuan umum partai politik meliputi:

- a) Mewujudkan cita-cita nasional bangsa Indonesia, sebagaimana yang dimaksudkan dalam pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- b) Mengembangkan kehidupan demokrasi berdasarkan Pancasila dengan menjunjung tinggi kedaulatan rakyat dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia.
- c) Dan mewujudkan kesejahteraan bagi seluruh rakyat Indonesia.

³⁸Indra Bastian, SE., M.B.A., Ph.D, *Akutansi Untuk LSM Dan Partai Politik*, Hal. 152.

Tujuan khusus partai politik adalah memperjuangkan cita-citanya dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara yang diwujudkan secara konstitusional.³⁹

C. Kajian Tentang Komunikasi Islam

1. Definisi Komunikasi Islam

Harjani Hefni dalam bukunya menjelaskan komunikasi Islam adalah komunikasi yang dibangun atas prinsip-prinsip Islam yang memiliki roh kedamaian, keramahan dan keselamatan.⁴⁰

Berdasarkan informasi dari Al-Qur'an dan As-Sunnah ditemukan bahwa komunikasi Islam adalah komunikasi yang berupaya untuk membangun hubungan dengan diri sendiri, dengan sang pencipta, serta dengan sesama untuk menghadirkan kedamaian, keramahan dan keselamatan buat diri dan lingkungan dengan cara tunduk dengan perintah Allah dan Rasul-Nya.⁴¹

Tindakan apapun dalam komunikasi yang membuat hati seseorang menjadi rusak atau hati orang menjadi sakit atau luka bertentangan dengan roh komunikasi dalam Islam.⁴² Karena itu, komunikasi Islam dalam buku Harjani Hefni bukan hanya pemberian label Islam untuk komunikasi. lebih jauh dari itu, buku Harjani Hefni bertujuan untuk membuka wawasan pembaca bahwa Islam sangat peduli engan

³⁹Indra Bastian, SE., M.B.A., Ph.D, *Akutansi Untuk LSM Dan Partai Politik*, Hal. 152.

⁴⁰Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015), hal. 14.

⁴¹Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, hal 14.

⁴²Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, hal 15.

komunikasi yang menyelamatkan, meskipun secara sistematis sebagai sebuah ilmu belum mapan sebagaimana ilmu komunikasi yang sudah ada.

Kepedulian Islam dalam bidang ini tergambar dari banyaknya istilah yang terkait dengan komunikasi. masing-masing istilah tersebut menjadi modal utama untuk menggali karakteristik ilmu komunikasi Islam.⁴³

Komunikasi Islam yaitu komunikasi yang mengomunikasikan ajaran Islam, dalam arti mengajak, dan memanggil umat manusia agar menganut ajaran Islam, menyampaikan informasi tentang amar makruf dan nahi mungkar, supaya tercapai kebahagiaan di dunia dan di akhirat, serta terlaksana ketentuan Allah: “menyiksa orang yang menolak dan menganugerahi pahala bagi orang yang beriman pada pesan komunikasi (berupa ajaran Islam) tersebut”.⁴⁴

2. Unsur-Unsur Komunikasi Islam

Adapun unsur-unsur komunikasi Islam adalah sebagai berikut:

a) Sumber komunikasi

Secara implisit dakwah Islamiah masa kini kebanyakan mengangkat segala persoalan hidup manusia dan aneka raga peristiwa yang terjadi di alam semesta ini, yang umumnya diharapkan pada tugas dakwah Islamiah . khususnya pada para juru dakwahnya. Dalam dunia komunikasi, sumber komunikasi dimaksudkan sebagai segala macam hal yang menjadi latar belakang masalah atau pun pokok pembicaraan, baik berupa data, fakta, maupun fenomena yang

⁴³Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015), hal. 15.

⁴⁴Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah (Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah)*, (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2014), Hal. 3.

terjadi di alam semesta ini. Dari perspektif demikian, maka situasi dan kondisi yang dihadapi para juru dakwah masa kini jelas menunjukkan adanya sumber komunikasi dalam kegiatan dakwah tersebut, dan tentu selalu ada. Atas sumber komunikasi tersebut, para dai menanggapi dengan berpedoman pada ajaran Islam yang tertuang dalam Al-Qur'an dan al-Hadits, kemudian atas inisiatifnya dibuatlah "pesan dakwah" yang disampaikan (dikomunikasikan) kepada semua umat manusia di muka bumi ini.⁴⁵

b) Komunikator (Dai)

Komunikator dalam kegiatan dakwah dikenal dengan sebutan dai. Karena khusus memiliki kriteria dan persyaratan tertentu. Kriteria dan persyaratan dimaksud menurut Ali Hasjmy adalah ayat 55 surah an-Nur yang merupakan mandat Allah kepada kau muslimin secara umum, di mana saja mereka berada dan di zaman mana pun, untuk mengangkat mereka menjadi khalifah di bumi ini, dengan syarat:

- 1) Mereka harus benar-benar beriman kepada Allah.
- 2) Mereka harus mengajarkan amal saleh dalam arti seluas-luasnya.
- 3) Mereka harus menyembah hanya kepada Allah.
- 4) Sama sekali mereka tidak boleh menyekutukan Allah dengan siapa dan dengan barang apa pun.

⁴⁵Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah (Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah)*, Hal. 8.

c) Pesan komunikasi

Pesan adalah informasi yang akan disampaikan kepada pengirim.⁴⁶ Pesan merupakan seperangkat lambing bermakna yang disampaikan oleh komunikator.⁴⁷ Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasehat, atau propaganda dan pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *Massgae, content* atau informasi.⁴⁸

Pesan adalah informasi yang akan di kirimkan kepada penerima pesan. Pesan ini dapat berupa pesan verbal maupun non verbal. Pesan secara verbal dapat secara tertulis seperti surat, buku, majalah, memo, sedangkan pesan lisan dapat berupa percakapan tatap muka, percakapan melalui telepon, radio, ekspresi muka dan nada suara.⁴⁹

Pesan adalah tanda (signal) komunikasi tanda yang berpungsi sebagai stimulasi (pemicu) bagi penerima tanda. Pesan dapat berupa tanda atau simbol. Sebagian dari tanda yang bersifat universal, yaitu yang dipahami oleh sebagian tanda, atau asap sebagai tanda adanya api. Tanda bersifat universal dari pada symbol. Ini karena symbol

⁴⁶Irma Sari M, *Berkomunikasi*, (Yogyakarta: PT Intan Sejati Klaten, 2010), hal. 5.

⁴⁷Onong Uchayana Effendi, *Ilmu Komunikasi Ilmu dan Praktik*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), hal.18.

⁴⁸Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Remaja Grafindo Persada, 2010), hal. 24.

⁴⁹Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), hal. 17-18.

terbentuk bisa melalui kesepakatan, seperti symbol negara. Karena terbentuk melalui kesepakatan.⁵⁰

Pesan ialah apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima.⁵¹ Pesan komunikasi dalam kegiatan dakwah sudah jelas merupakan ajaran Islam, baik berupa akidah, ibadah, muamala dan akhlak yang diajarkan Allah dalam Al-Qur'an melalui Rasul-Nya. Ajaran tersebut tidak hanya terbatas pada teori saja, melainkan juga perbuatan para juru dakwah sendiri (dalam mengamalkan ajaran islam), sehingga dikenal pula dalam pelaksanaan dakwahnya jenis dakwah *bilhal*. Karena itu pula juru dakwah itu sendiri bisa dianggap sebagai pesan atau materi dakwah yang harus dikomunikasikan singkat kata, dai pun merupakan pesan dakwah.

d) Media komunikasi

Media dakwah yang biasa dipakai untuk menyampaikan pesan dakwah bisa persona atau massa, seperti: mimbar khotbah atau ceramah, tulisan atau buku-buku, seni bahasa, dan seni suara, bisa dijadikan media untuk mengomunikasikan pesan dakwah. Demikian pula segala peralatan dan sarana komunikasi yang modern maupun tradisional, serta sarana lain yang bisa digunakan untuk

⁵⁰Muhammad mufid, *Komunikasi dan Religius Penyiaran*, (Jakarta: kencana prenada media group, 2007), hal. 4.

⁵¹Wahyu Ilaihi, *komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2010), hal. 97-98.

memperlancar jalannya upaya dakwah Islamiah, merupakan media komunikasi yang berfungsi sebagai media dakwah.⁵²

e) Komunikasikan (Mad'u)

Komunikasikan adalah pihak yang didatangi pesan komunikasi atau pihak yang menerima pesan komunikasi (pesan dakwah) sebagai sasaran komunikasi untuk tujuan tertentu. Dalam hal ini, pihak penerima pesan komunikasi adalah semua orang yang dijadikan sasaran oleh komunikator. sasaran penyampaian komunikasinya bisa mencakup personal, kelompok terbatas, masyarakat luas, anggota baru dan lama dalam organisasi, bukan anggota organisasi dan lainnya.⁵³ Demikian pula hanya dengan sasaran dakwah, pada dasarnya merupakan komunikasikan dari kegiatan dakwah itu, dan sesuai dengan bahasanya, orang-orang yang dijadikan sasaran dakwah itu lazim disebut *mad'u*. Sudah tentu orang-orangnya tidak terbatas pada satu golongan atau strata tertentu, melainkan semuan umat yang ada di dunia ini, baik islam, kafir, musyrik, maupun yang munafik. Baik yang Islam maupun yang non Islam. Baik golongan Yahudi, Nasrani, maupun mereka yang menganut agama atau kepercayaan lain.

⁵²Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah (Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah)*, Hal. 10.

⁵³Dr. Edi Suryadi, M.Si, *Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori Dan Praktis Di Era Global*, (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2018), Hal. 34.

f) Tujuan komunikasi

Tujuan komunikasi dalam dakwah digariskan sebagai titik tuju dakwah Islamiah, yaitu memberi peringatan kepada semua umat manusia agar mau dan mampu mengambil segala ajaran Allah yang terkandung dalam Al-Qur'an al-Karim menjadi jalan hidupnya. Realitanya, tujuan dakwah tidak lain mengajak manusia berjalan diatas jalan Allah dalam meniti jalan hidupnya. Secara filosofis bisa dikatakan bahwa tujuan dakwah Islamiah adalah membentangkan jalan Allah di atas bumi agar dilalui umat manusia.

Dari semua penjelasan tersebut kiranya dipahami bahwa mekna dari semua itu mengandung pengertian upaya mengubah sikap, sifat, pendapat, dan perilaku umat ke arah yang Islami. Adapun upaya mengubah sikap, sifat, pendapat, dan perilaku itu, tidak lain adalah prinsip dari tujuan utama komunikasi. Sedangkan suasana uang Islami dimaksud pada upaya dakwah, merupakan tujuan khusus dari upaya mengkomunikasikan ajaran Islam.⁵⁴

g) Akibat komunikasi

Sebenarnya akibat yang diinginkan dalam dakwah Islamiah itu adalah terwujudnya umat yang berjalan di atas jalan Allah ke arah yang Islam, seperti dikemukakan diatas. Namun atas pengaruh waktu dan tempat, serta strategi yang digunakan para dai, belum tentu tujuan tadi bisa tercapai. Memang kita bisa melihat

⁵⁴Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah (Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah)*, Hal. 11.

bahwa dakwah Islamiah yang bertitik tolak pada konsepsi iman dan amal saleh yang berlandaskan ilmu pengetahuan serta menggunakan media komunikasi yang modern, dalam waktu yang relatif singkat bisa melahirkan satu “umat pilihan” yang menjadi khalifah pengurus bumi. Dari perkembangan sejarahnya bisa disimak akibat-akibat yang terjadi karena dakwah Islamiah yang dilakukan kurang berpedoman pada Al-Qur’an.⁵⁵

Dalam perspektif komunikasi, memang akibat-akibat tersebut merupakan perubahan sikap, sifat, pendapat, dan perilaku, namun khusus dalam konteks dakwah Islamiah dimaksud, ternyata ada yang sesuai dengan tujuan yang telah digariskan, baik oleh para dai maupun oleh Allah melalui kitab-Nya, dan ada juga yang tidak sesuai. Perubahan nyata demikian, dalam khazanah ilmu komunikasi disebut *feed back* dakwah Islamiah itu sesuai dengan tujuannya, maka kegiatan dakwah Islamiah tersebut bisa dikatakan setara atau *well tuned* (proses komunikasinya berhasil).

3. Strategi Komunikasi Islam

Strategi komunikasi Islam bisa dikatakan sebagai suatu pola pikir dalam merencanakan suatu kegiatan mengubah sikap, sifat, pendapat, dan perilaku khalayak (komunikan, hadirin, atau *mad'u*), atas dasar skala yang luas melalui penyampaian gagasan-gagasan. Orientasi terpusat pada tujuan akhir yang ingin dicapai, dan merupakan kerangka sistem

⁵⁵Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah (Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah)*, Hal. 11.

pemikiran untuk bertindak dalam melakukan komunikasi. Ia merupakan keputusan-keputusan yang menentukan *blue print* komunikasi dan pelaksanaan prosesnya, yaitu semua kebijaksanaan dalam menentukan rancangan pengaturan dan penataan sumber daya komunikasi yang tersedia, guna terlaksananya perubahan sikap, sifat, pendapat dan perilaku komunikan. Dengan demikian, strategi komunikasi merupakan bagian dari perencanaan komunikasi, sedangkan perencanaan komunikasi sendiri, selain langkah awal dari manajemen komunikasi (fungsi manajeen yang pertama), juga merupakan pengejawatahan dari kebijaksanaan menentukan langkah-langkah dan sumber daya yang harus digunakan dalam proses komunikasinya (*communication policy*).⁵⁶

Menurut Onong komunikasi merupakan proses yang rumit. Dalam penyusunan strategi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan faktor-faktor penghambat. Akan lebih baik apabila dalam strategii itu diperhatikan komponen-komponen komunikasi dan faktor-faktor yang ada pada setiap komponen tersebut. Komponen yang dimaksud adalah:

- a) Sasaran komunikasi, yang mencakup faktor kerangka referensi dan faktor situasi-kondisi.
- b) Media komunikasi
- c) Tujuan peserta komunikasi, yang paha hakikatnya disampaikan melalui isi serta simbolnya.

⁵⁶Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah (Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah)*, Hal. 84-85.

- d) Peranan komunikator dalam komunikasi, yang meliputi daya tarik serta kredibilitasnya.

Dengan demikian, strategi komunikasi mencerminkan kebijaksanaan dalam merencanakan masalah yang dipilih dan kegiatan komunikasi yang akan dilakukan untuk memecahkan masalah itu, sedangkan manajemen komunikasi mengatur dan menata tindakan-tindakan yang akan diambil dari sumber daya yang tersedia guna melaksanakan strategi komunikasi. Dengan kata lain, strategi menyangkut apa yang akan dilakukan (*what to do*), dan manajemen menyangkut bagaimana hal membuat hal itu bisa terjadi (*how to make it happen*).⁵⁷ Secara singkat, Ahmad menyusun strategi komunikasi melalui enam tahapan, yaitu:

- 1) Pengumpulan data dasar dan perkiraan kebutuhan

Menurutnya, informasi yang bersifat data kasar (*base-line data*) dan perkiraan kebutuhan (*need assessment*) adalah faktor-faktor yang penting untuk menentukan perumusan sasaran dan tujuan komunikasi, dalam mendesain strategi komunikasi dan mengevaluasi keefektifan usaha komunikasi. Sasaran-sasaran komunikasi biasanya dirumuskan atas dasar kepentingan dan kebutuhan khalayak yang diamati. Strategi komunikasi yang acap kali terdiri dari analisis dan segmentasi khalayak, seleksi, dan/atau kombinasi antara media dan komunikator, serta perencanaan dan penyusunan pesan, didesain atas landasan data dasar yang relevan dan kecenderungan-kecenderungan atau indikator-

⁵⁷Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah (Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah)*, Hal. 86.

indikator yang memadai, bukan berdasarkan asumsi-asumsi atau intuisi-intuisi. Dengan demikian pula prosedur evaluasi terhadap kegiatan komunikasi yang akan dilaksanakannya, baik secara formatif maupun sumatif, sangat tergantung pada data dasar, terutama untuk bahan perbandingan.⁵⁸

2) Perumusan sasaran dan tujuan komunikasi

Pada tingkatan ini, ada empat persoalan pokok yang perlu dipertanyakan guna menentukan arah sasaran dan tujuan komunikasi yang direncanakan: (a) siapa yang menjadi khalayak sasaran tertentu yang harus dicapai? Khalayak sasaran ini diusahakan sekhhusus mungkin, dan bisa terdiri dari beberapa kelompok sasaran prioritas, (b) di mana kelompok khusus/tertentu itu berlokasi?, (c) mengapa kelompok tertentu itu dipilih menjadi kelompok sasaran?, (d) dengan alasan apa (mengapa) harus dicari, maka jenis isi pesan apa yang harus disampaikan kepada kelompok sasaran tertentu itu? Tahap kedua ini sebenarnya tidak bisa dipisahkan dari tahap pertama, sebab kedua tahap tersebut bekerja secara timbal balik, sehingga harus dilakukan secara simultan, terutama dalam menjawab persoalan “siapa” dan “di mana”.

3) Analisis perencanaan dari penyusunan strategi

Setelah menentukan sasaran-sasaran komunikasi tertentu (spesifik) untuk dicapai dan jenis kebutuhan pada level analisis yang

⁵⁸Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah (Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah)*, Hal. 87.

umum, maka langkah berikutnya ialah menerjemahkan sasaran-sasaran dan pernyataan. Pernyataan kebutuhan tersebut ke dalam suatu strategi komunikasi yang bisa dikerjakan ada dua aspek yang saling berhubungan dari penyusunan strategi komunikasinya, yaitu pemilihan pendekatan-pendekatan komunikatif, dan penentuan jenis-jenis pesan yang disampaikan.

4) Analisis khalayak dan segmentasinya

Analisis khalayak sasaran adalah salah satu faktor yang paling penting dalam mendesain suatu strategi komunikasi yang efektif. Segmentasi khalayak biasanya perlu, karena adanya ciri-ciri maupun kebutuhan-kebutuhan yang berbeda-beda dari khalayak sasaran.⁵⁹

5) Seleksi media

Dalam menyeleksi media atau saluran untuk digunakan harus didaftarkan saluran-saluran komunikasi yang bisa mencapai khalayak sasaran. Kemudian setiap medium dievaluasi di dalam batas-batas aplikabilitas untuk melaksanakan pencapaian tujuan komunikasi yang spesifik itu

6) Desain dan penyusunan pesan

Dalam tahapan ini tema pesan, tuturan, dan penyajiannya, harus ditentukan. Oleh karena itu, kegiatan pokok dari tahapan ini adalah mendesain prototipe bahan komunikasi yang juga memerlukan evaluasi formatif, seperti pretesting bahan-bahan prototipe pada

⁵⁹Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah (Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah)*, Hal. 88.

khalayak sasaran. Hasil pretesting bisa menuntun kegiatan revisi yang perlu terhadap bahan prototipe sebelum memasuki proses produksi yang berskala luas dan final.⁶⁰

D. Strategi Komunikasi Politik

Sebelum membahas tentang strategi komunikasi politik tentu kita harus tahu terlebih dahulu tentang strategi komunikasi itu sendiri, dimana disini menurut dalam bukunya yang berjudul *Dimensi-Dimensi Komunikasi* menyatakan bahwa “strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai suatu tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi”.⁶¹

Strategi komunikasi politik merupakan sebuah taktik yang sangat berperan dalam kemenangan pemilihan umum langsung. Keberhasilan strategi komunikasi politik membersihkan sebuah kontribusi untuk menyusun tidak hanya dalam menghadapi pemilu namun juga pasca pemilu. Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan, akan tetapi untuk mencapai tujuan itu strategi tidak

⁶⁰Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah (Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah)*, Hal 88.

⁶¹Dr. Edi Suryadi, M.Si., *Strategi Komunikasi (Sebuah Analisis Teori Dan Praktis Di Era Global)*, (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2018), Hal 5.

berfungsi sebagai peta jalan, hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Oleh karena itu politik dan strategi harus lah berjalan bersama apabila mengejar tujuan berpolitik dalam pemenangan pemilu atau pilkada. Sementara itu, strategi juga membutuhkan taktik, persyaratan dalam sebuah perencanaan taktik adalah adanya perencanaan strategi. Perencanaan taktik dan pengambilan tindakan hanya dapat memiliki arti apabila sebuah strategi direncanakan secara teliti. Jadi perencanaan taktik dapat memberikan jawaban atas pertanyaan siapa, akan melakukan apa, kapan, dimana, bagaimana dan mengapa. Keputusan taktik semacam ini digunakan untuk mencapai setiap tujuan strategis. Keputusan-keputusan ini terutama tergantung pada pengenalan akan ruang lingkup. Karengka persyaratan, dan kemampuan pribadi, oleh karena itu perencanaan taktik hendaknya tidak direncanakan dari tingkat strategis, melainkan oleh pimpinan yang ada ditingkatan taktik, karena hanya di sinilah pengetahuan yang dibutuhkan berada.

Dalam konteks pilkada, strategi komunikasi politik memiliki peran sentral dalam agenda meraih kemenangan. Seorang kandidat dalam hal ini tidak hanya mengandalkan popularitas, namun ada strategi komunikasi politik yang bisa diaplikasikan sesuai dengan kondisi dan tempat dimana kompetisi dilaksanakan. Apabila untuk kandidat yang kurang memiliki popularitas di mata masyarakat, tentu membutuhkan atau mencari strategi komunikasi yang

efektif untuk mensosialisasikan visi misinya dalam memenagkan pertarungan antar pasangan calon di pilkada.⁶²

E. Prinsip-Prinsip Komunikasi Islam

Dalam bahasa Indonesia ‘*qaul*’ diartikan kata. Kata “*qaul*” disebutkan 1.722 kali dalam Al-Quran; 529 kali dalam bentuk *qala*, 92 kali dalam bentuk *yaqulun*, 332 kali dalam bentuk “*qul*”, 13 kali dalam bentuk *qulu*, 49 kali dalam bentuk *qila*, 52 kali dalam bentuk *al-qaul*, 12 kali dalam bentuk ‘*qauluhum*’ dan bentuk-bentuk lainnya.⁶³

Menurut Ibnu Mandzur, “*qaul*” adalah *lafz* yang diucapkan oleh lisan baik maknanya sempurna ataupun tidak. Menurut definisi Ibnu Mandzur ini, makna “*qaul*” bisa berarti kata atau bisa juga berarti kalimat, karena kata yang maknanya sempurna dalam bahasa Indonesia disebut dengan kalimat.

Selain mengandung makna, *qaul* adalah ucapan yang diucapkan oleh pembicara karena keinginan darinya. Dalil yang memperkuat hal itu QS. *Al-Anam* ayat 93. Allah berfirman:

وَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنْ افْتَرَىٰ عَلَى اللَّهِ كَذِبًا أَوْ قَالَ أُوحِيَ إِلَيَّ وَلَمْ يُوحَ إِلَيْهِ شَيْءٌ وَمَنْ قَالَ سَأُنزِلُ
مِثْلَ مَا أَنْزَلَ اللَّهُ وَلَوْ تَرَىٰ إِذِ الظَّالِمُونَ فِي غَمْرَاتِ الْمَوْتِ وَالْمَلَائِكَةُ بَاسِطُوا أَيْدِيهِمْ أَخْرَجُوا أَنفُسَكُمْ
الْيَوْمَ تُجْرَزُونَ عَذَابَ الْهُونِ بِمَا كُنتُمْ تَقُولُونَ عَلَى اللَّهِ غَيْرَ الْحَقِّ وَكُنتُمْ عَنْ آيَاتِهِ تَسْتَكْبِرُونَ (٩٣)

Artinya: Dan siapakah yang lebih zalim daripada orang yang membuat kedustaan terhadap Allah atau yang berkata: "Telah diwahyukan kepada saya", padahal tidak ada diwahyukan sesuatupun kepadanya, dan orang yang berkata: "Saya akan menurunkan seperti apa yang diturunkan Allah". Alangkah dahsyatnya sekiranya kamu melihat di waktu orang-orang yang zalim (berada)

⁶²Fadly Jamil, “Strategi Komunikasi Politik Pilkada Gowa 2015 (Studi Kasus Kemenangan Adnan Pirichta Ichsan Yasin Limpo. S.H Dan H. Abd Rauf Malaganni, S.Sos., M.Si)”, Hal 23-24.

⁶³Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015), hal. 81.

dalam tekanan-tekanan sakratul maut, sedang para malaikat memukul dengan tangannya, (sambil berkata): "Keluarkanlah nyawamu". Di hari ini kamu dibalas dengan siksaan yang sangat menghinakan, karena kamu selalu mengatakan terhadap Allah (perkataan) yang tidak benar dan (karena) kamu selalu menyombongkan diri terhadap ayat-ayat-Nya.⁶⁴

Ayat ini menyebutkan bahwa yang menyebabkan orang dikatakan zalim dan mengada-ada adalah karena kesengajaan mereka untuk “mengatakan” (*yaquluna*) hal yang mengada-ada.

‘*Qaul*’ yang dimaksud di sini adalah kata yang mengandung makna dan keluar dari lisan atas dasar kesengajaan dan kesadaran penuh dari orang yang mengucapkan *Qaul* adalah jenis pesan verbal yang sama dengan *lafdz* atau lebih lengkap dan luas penggunaannya dibandingkan *lafdz*. Dengan kata lain, *lafdz* adalah bagian dari *qaul*.

Qaul dalam *Al-Qur’an* ditemukan cukup banyak ayat yang menggunakan istilah *qaul*. Secara umum, *qaul* yang terdapat dalam *Al-Qur’an* bermakna kalimat dan digandeng dengan sifat tertentu.⁶⁵

Berikut ini beberapa *qaul* yang disebutkan dalam *Al-Qur’an*:

1. *Qaulan Ma’rufan*

Ungkapan *qaulan ma’rufan*, jika ditelusuri lebih dalam dapat diartikan dengan “ungkapan atau ucapan yang pantas dan baik”. “pantas” di sini juga diartikan sebagai kata-kata yang “terhormat”, sedangkan “baik” diartikan diartikan sebagai kata-kata yang “sopan”. Jalaluddin Rahmat mengartikan bahwa *qaulan ma’rufan* adalah “pembicaraan yang

⁶⁴Departemen Agama RI. *Al-Qur’an Dan Terjemahannya*, (Bandung: Cv Penerbit Di Ponorogo, 2010), hal. 139.

⁶⁵Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015), hal. 82.

bermanfaat”, “memberi pengetahuan”, “mencerahkan pemikiran”, “menunjukkan pemecahan terhadap kesulitan orang yang lemah”, jika kita tidak bisa membantu secara materi, kita harus membantu mereka secara psikologi.⁶⁶

Ma'ruf artinya kebaikan dunia maupun akhirat. Ungkapan ini disebutkan empat kali dalam Al-Qur'an dengan menampilkan empat peristiwa yang berbeda-beda empat ayat itu adalah surah *al-Baqarah* ayat 235, surah *al-Nisa* ayat 5, surah *al-Nisa* ayat 8, surah *al-Ahzab* ayat 32.⁶⁷

Surah *al-Baqarah* ayat 235 memuat perintah Allah agar berkata dengan bahasa yang tidak vulgar untuk meminang wanita yang ditinggalkan mati suami atau dicerai oleh suaminya, Allah berfirman:

وَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ فِيمَا عَرَّضْتُمْ بِهِ مِنْ خِطْبَةِ النِّسَاءِ أَوْ أَكْتَنْتُمْ فِي أَنْفُسِكُمْ عَلِمَ اللَّهُ أَنَّكُمْ سَتَذْكُرُونَهُنَّ وَلَكِنْ لَا تُوَاعِدُوهُنَّ سِرًّا إِلَّا أَنْ تَقُولُوا قَوْلًا مَعْرُوفًا وَلَا تَعْزِمُوا عُقْدَةَ النِّكَاحِ حَتَّىٰ يَبْلُغَ الْكِتَابَ أَجَلَهُ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا فِي أَنْفُسِكُمْ فَاحْذَرُوهُ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَفُورٌ حَلِيمٌ (٢٣٥)

Artinya: Dan tidak ada dosa bagi kamu meminang wanita-wanita itu dengan sindiran atau kamu menyembunyikan (keinginan mengawini mereka) dalam hatimu. Allah mengetahui bahwa kamu akan menyebut-nyebut mereka, dalam pada itu janganlah kamu mengadakan janji kawin dengan mereka secara rahasia, kecuali sekedar mengucapkan (kepada mereka) perkataan yang ma'ruf. Dan janganlah kamu ber'azam (bertetap hati) untuk beraqad nikah, sebelum habis `iddahnya. Dan ketahuilah bahwasanya Allah mengetahui apa yang ada dalam hatimu; maka takutlah kepada-Nya, dan ketahuilah bahwa Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyantun.⁶⁸

⁶⁶Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2013), hal. 183.

⁶⁷Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015), hal. 82.

⁶⁸Departemen Agama Ri. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, (Bandung: Cv Penerbit Di Ponorogo, 2010), hal. 38.

Yang dimaksud dengan *qaulan ma'rufan* dalam ayat di atas adalah mengucapkan bahasa sindiran yang tidak menyakiti dan menyinggung perempuan yang masih dalam suasana duka bahwa dia akan meminang perempuan itu setelah selesai 'iddah-nya.⁶⁹

Surah *an-Nisa* ayat 5 merekam tentang peristiwa anak yang belum dewasa atau sudah dewasa tetapi tidak mampu mengelola uang yang ditinggalkan oleh ahli warisnya. Kalau mereka mau mengambil harta mereka yang dititipkan kepada wali mereka. Diprediksi harta itu akan hais sia-sia. Dalam dalam kondisi seperti itu diperintahkan kepada para wali untuk berkata ma'ruf terhadap mereka. Allah berfirman:

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَامًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا (٥)

Artinya: Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. Berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik.⁷⁰

Berkata makruf di sini artinya mengatakan kepada mereka perkataan bijak agar mereka mengerti kenapa harta itu tidak diserahkan langsung kepada mereka tanpa menyinggung perasaan mereka.⁷¹

Adapun dalam ayat 8 surah *an-Nisa* Allah memerintahkan untuk berkata makruf kepada famili, anak yatim, atau orang miskin yang hadir saat pembagian harta warisan. Tujuannya agar mereka tidak tersinggung

⁶⁹Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015), hal. 83.

⁷⁰Departemen Agama Ri. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, (Bandung: Cv Penerbit Di Ponorogo, 2010), hal. 77.

⁷¹Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015), hal. 84.

jika tidak mendapatkan bagian dari harta yang sedang dibagikan. Allah berfirman:

وَإِذَا حَضَرَ الْقِسْمَةَ أُولُو الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينُ فَارْزُقُوهُمْ مِنْهُ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَّعْرُوفًا (٨)

Artinya: Dan apabila sewaktu pembagian itu hadir kerabat, anak yatim dan orang miskin, maka berilah mereka dari harta itu (sekedarnya) dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik.⁷²

Adapun dalam surah *al-Ahzab* ayat 32 Allah memerintahkan kepada istri-istri Rasulullah agar berbicara yang pantas, tidak mengundang berahi orang yang mendengarkannya. Allah berfirman:

يَا نِسَاءَ النَّبِيِّ لَسْتُنَّ كَأَحَدٍ مِّنَ النِّسَاءِ إِنِ اتَّقَيْتُنَّ فَلَا تَخْضَعْنَ بِالْقَوْلِ فَيَطْمَعَ الَّذِي فِي قَلْبِهِ مَرَضٌ وَقُلْنَ قَوْلًا مَّعْرُوفًا (٣٢)

Artinya: Hai isteri-isteri Nabi, kamu sekalian tidaklah seperti wanita yang lain, jika kamu bertakwa. Maka janganlah kamu tunduk dalam berbicara sehingga berkeinginanlah orang yang ada penyakit dalam hatinya, dan ucapkanlah perkataan yang baik.⁷³

Melihat empat ayat diatas, Harjani Hefni menyimpulkan bahwa *qaulan ma'rufan* adalah *lafdz* atau ungkapan yang baik, ramah, tidak kasar, tidak menyinggung nafsu orang yang mendengarkannya untuk berbuat jahat.⁷⁴

⁷²Departemen Agama Ri. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, (Bandung: Cv Penerbit Di Ponorogo, 2010), hal. 78.

⁷³Departemen Agama Ri. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, (Bandung: Cv Penerbit Di Ponorogo, 2010), hal. 422.

⁷⁴Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015), hal. 85.

2. *Qaulan Kariman*

Qaulan kariman dapat diartikan sebagai “perkataan yang mulia”.⁷⁵ Sedangkan secara bahasa berarti perkataan yang mulia dan berharga. Lawan dari mulia dan berharga adalah murahan atau tidak punya nilai. Ungkapan ini diabaikan oleh Al-Qur’an pada surah *al-Isra’* ayat 23. Allah berfirman:

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا (٢٣)

Artinya: Dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan "ah" dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia.⁷⁶

Ibnu Katsir mengatakan bahwa di antara wujud dari qaulan kariman itu adalah berkata lembut, beradab, santun, dan menghormati. Al-Alusi mengatakan bahwa *qaulan kariman* adalah perkataan yang indah dan tidak bengis. Beliau memberikan contoh bagaimana memanggil ibu dan bapak dengan panggilan yang paling mereka sukai, dan bagaimana memilih kata terindah untuk menjawab panggilan mereka. Intinya, *qaulan kariman* adalah ungkapan yang indah dan penuh dengan adab sehingga orang yang diajak bicara merasa bahagia, dihormati, dan dimuliakan. Dengan *qaulan kariman* orang yang berbicara juga menjadi mulia dan

⁷⁵Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2013), hal. 176.

⁷⁶Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015), hal. 86.

berharga, tidak hina dan murahan. Dari sinilah pepatah kita mengatakan “bahasa menunjukkan bangsa” menjadi mudah dipahami.⁷⁷

3. *Qaulan Maysuran*

Menurut bahasa *qaulan maysuran* artinya adalah perkataan yang mudah. Secara terminologi *qaulan maysuran* berarti “mudah”.⁷⁸ *Maysur* adalah *isim maf'ul* dari *yusr* yang artinya mudah. Ungkapan ini terdapat dalam surah *al-Isra* ayat 28. Allah berfirman:

وَأِمَّا تُعْرِضَنَّ عَنْهُمْ ابْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَّهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا (٢٨)

Artinya: Dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan "ah" dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia.⁷⁹

Ayat ini ditempatkan setelah perintah berbuat baik terhadap orang tua, keluarga dekat, orang miskin, dan musafir yang memerlukan bantuan, serta setelah larangan untuk bersikap boros. Jika kita tidak mampu memberikan sesuatu kepada kaum kerabat, maka ucapkan perkataan yang mudah. Mujahid, Ikrimah, dan beberapa ulama tafsir lainnya mengatakan bahwa *qaulan maysuran* artinya menjanjikan bantuan kepada mereka.⁸⁰

Berdasarkan penafsiran dari Mujahid, Ikrimah, dan lainnya. Di atas, Harjani Hefni memahami bahwa *qaulan maysura* adalah perkataan

⁷⁷Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015), hal. 86.

⁷⁸Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2013), hal. 181.

⁷⁹Departemen Agama Ri. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, (Bandung: Cv Penerbit Di Ponorogo, 2010), hal. 285.

⁸⁰Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015), hal. 87.

yang menyenangkan, memberikan harapan kepada orang dan tidak menutup peluang mereka untuk mendapatkan kebaikan dari kita. Ungkapan itu bisa berbentuk janji yang wajar dan mungkin di realisasikan atau meminta orang agar mendoakan kita diberikan kelapangan rezeki agar mudah membantu mereka dan orang lain. Ungkapan seperti ini membuat mereka yang megarapkan sesuatu dari kita mudah menerimanya dan kita yang mengucapkan juga memiliki harapan untuk mendapatkan kemudahan dari Allah SWT.⁸¹

4. *Qaulan Balighan*

Ungkapan *qaulan balighan* secara bahasa berarti perkataan yang sampai kepada maksud, berpengaruh dan berbekas kepada jiwa. Dengan kata lain yakni sampai mengenai sasaran atau mencapai tujuan.⁸² Ungkapan ini terdapat dalam Al-Qur'an surah *an-Nisa* (4) ayat 63, Allah SWT berfirman:

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا (٦٣)

Artinya: Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka.⁸³

Ayat ini terkait dengan orang-orang munafik yang telah banyak beraksi dalam melakukan kejahatan. Kejahatan orang munafik yang paling serius dan berdampak kepada lahirnya kejahatan-kejahatan lain

⁸¹Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, hal. 87.

⁸²Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2013), hal. 172.

⁸³Departemen Agama Ri. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, (Bandung: Cv Penerbit Di Ponorogo, 2010), hal. 88.

adalah tidak padunya hati mereka dengan apa yang mereka ucapkan. Ciri utama mereka adalah banyak dusta, suka ingkar janji, tidak amanah dalam menjalankan tugas, shalatnya malas-malasan, lain di lidah lain di hati.⁸⁴

Tentang ciri kemunafikan itu, Rasulullah SAW bersabda: “Tanda kemunafikan ada tiga, meskipun ia berpuasa, shalat, meskipun mengaku bahwa dirinya muslim: apabila berbicara dia berbohong, apabila berjanji dia pungkiri, dan apabila diberi amanah dia berkhianat”.⁸⁵

Orang yang seperti ini punya cara tersendiri untuk berkomunikasi dengan mereka. Allah memadu Nabi Muhammad SAW agar berpaling dari mereka, tidak menghabiskan waktu untuk melayani mereka, dan memberikan nasehat kepada mereka dengan kata-kata yang bisa sampai ke dalam relung-relung hati mereka. Imam al-Alusi mengatakan bahwa *qaulan balighan* untuk orang munafik adalah dengan menyampaikan kepada mereka hal-hal yang membuat mereka gelisah dengan sepak terjang mereka dan meresakan takud dengan apa yang telah mereka lakukan. Seperti mengatakan kepada mereka bahwa apa yang mereka sembunyikan dalam hati tidak mungkin tersembunyikan di sisi Allah. Bahkan perlu juga menyampaikan semacam ancaman bahwa sepak terjang yang mereka lakukan bisa berdampak buruk bagi mereka, bisa saja mereka dibunuh atau dihabisi karena penghianatan yang mereka lakukan.⁸⁶

⁸⁴Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015), hal. 87.

⁸⁵Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, hal. 89.

⁸⁶Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015), hal. 89.

Apa yang dikatakan oleh Imam al-Alusi Harjani Hefni pahami sebagai upaya untuk menyesuaikan pesan dengan kondisi orang yang diberi pesan. Karena konteks ayat ini terkait dengan orang munafik yang menyembunyikan sesuatu di dalam hati mereka, maka Nabi SAW di perintahkan oleh Allah untuk mengatakan bahwa Allah tidak pernah luput ilmu-Nya dari apa yang mereka sembunyikan di dalam hati.

Ayat ini juga mengajarkan kepada pembacanya bahwa qaulan balighan lebih efektif kalau disampaikan dengan cara ‘*wa qul lahum fi anfusihim*’ (katakanlah kepada diri mereka). Artinya, jangan menyampaikan pesan yang terkait dengan pribadi seseorang di depan khalayak, tetapi bicara dua mata dan hanya dengan orang yang dimaksud. Jika kata-kata yang dipilih merasuk ke dalam sanubari mereka ditambah dengan cara yang lemahlembut dan tidak menegur mereka di depan publik, perpaduan dua metode itu sangat membantu komunikator untuk mengubah cara pandang dan sikap komunikasi.⁸⁷

5. *Qaulan Layyinan*

Qaulan layyinan secara bahasa berarti ungkapan yang lemah lembut. *Layyin* secara terminologi diartikan sebagai “lembut”. *Qaulan layyinan* juga berarti perkataan yang lemah lembut.⁸⁸ Ungkapan ini terdapat dalam Al-Qur’an surah Thaha (20) ayat 44, Allah SWT berfirman:

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى (٤٤)

⁸⁷Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015), hal. 90.

⁸⁸Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2013), hal. 178.

Artinya: “maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut”.⁸⁹

Ayat ini berkisah tentang Musa dan Harun yang diperintahkan Allah untuk berdakwah kepada Firaun. Firaun dengan kerajaannya yang besar dan kuat serta memiliki peradaban yang tinggi telah membuatnya lupa akan hakikat dirinya. Akhirnya dia menobatkan dirinya sebagai tuhan dan memaksa rakyatnya untuk mengakui didrinya sebagai tuhan. Dia yang menganggab dirinya mampu menentukan nasib manusia, bisa menghidupkan dan mematikan manusia dengan kehendaknya akhirnya berhati sombong, merendahkan dan menghina rakyatnya. Kesombongan Firaun itu terekam dalam firman Allah:

وَنَادَى فِرْعَوْنُ فِي قَوْمِهِ قَالَ يَا قَوْمِ أَلَيْسَ لِي مُلْكُ مِصْرَ وَهَذِهِ الْأَنْهَارُ تَجْرِي مِن تَحْتِي
 أَفَلَا تُبْصِرُونَ (٥١) أَمْ أَنَا خَيْرٌ مِّنْ هَذَا الَّذِي هُوَ مَهِينٌ وَلَا يَكَادُ يُبِينُ (٥٢) فَلَوْلَا أُلْقِيَ عَلَيْهِ أَسْوِرَةٌ
 مِّنْ ذَهَبٍ أَوْ جَاءَ مَعَهُ الْمَلَائِكَةُ مُقْتَرِنِينَ (٥٣) فَاسْتَخَفَّ قَوْمَهُ فَطَاعُوهُ إِنَّهُمْ كَانُوا فَاسِقِينَ
 (٥٤)

Artinya: Dan Fir'aun berseru kepada kaumnya (seraya) berkata: "Hai kaumku, bukankah kerajaan Mesir ini kepunyaanku dan (bukankah) sungai-sungai ini mengalir di bawahku; maka apakah kamu tidak melihat (nya)?, Bukankah aku lebih baik dari orang yang hina ini dan yang hampir tidak dapat menjelaskan (perkataannya)?, Mengapa tidak dipakaikan kepadanya gelang dari emas atau malaikat datang bersama-sama dia untuk mengiringkannya.", Maka Fir'aun mempengaruhi kaumnya (dengan perkataan itu) lalu mereka patuh kepadanya. Karena sesungguhnya mereka adalah kaum yang fasik.⁹⁰

⁸⁹Departemen Agama Ri. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, (Bandung: Cv Penerbit Di Ponorogo, 2010), hal. 314.

⁹⁰Departemen Agama Ri. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, (Bandung: Cv Penerbit Di Ponorogo, 2010), hal. 494.

Firaun yang saat itu berada pada puncak kedurjanaan dan kesombongannya tidak mungkin mau menerima apa yang dikatakan oleh Musa dan Harun. Apalagi Musa pernah dibesarkan olehnya. Sombong adalah salah satu bentuk dari kerasnya hati. Hati yang sombong akan menolak kebenaran yang datang dari orang lain dan akan merendahkan orang yang ada dihadapannya.⁹¹

Untuk menghadapi hati dalam kondisi seperti ini, Allah memerintahkan Nabi Musa dan Nabi Harun untuk menggunakan strategi *qaulan layyinan*. Hati yang keras dilawan dengan kata yang penuh kelembutan.

Di antara pendapat para ulama tentang makna *qaulan layyinan* adalah: ajarkan kepada Firaun kalimat syahadat, bahwa tiada ilah selain Allah, atau sampaikan kepadanya bahwa dia punya tuhan dan tempat kembali, dan di hadapan dia ada surga dan ada neraka, atau panggil dia dengan panggilan kesayangannya, yakni Abi Murrâh.⁹²

Berdasarkan pendapat ulama di atas, *qaulan layyinan* adalah upaya untuk berkomunikasi dengan orang lain dengan cara yang lunak, tidak memvonis, mengingatkan tentang sesuatu yang disepakati seperti kematian, dan memanggilnya dengan panggilan yang dia sukai. *Qaulan layyinan* akan membuat hati yang keras bisa *tadzakkur* “merenungkan

⁹¹Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015), hal. 92.

⁹²Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015), hal. 92.

kembali akan hakikat dirinya” serta ‘*yakhsya*’ menjadi takut akan Allah dan berbakti kepada-Nya.⁹³

jika orang yang sombong dan durjana saja perlu dihadapi dengan kelembutan, maka orang yang kejahatannya di bawah itu atau orang-orang yang baik terperosok kelemah maksiat seharusnya diperlakukan lebih baik. *Qaulan layyinan* berdasarkan data diatas merupakan strategi menaklukkan hati yang keras dengan perkataan yang lemah lembut.⁹⁴

6. *Qaulan Sadidan*

Ungkapan *Qaulan sadidan* menurut bahasa berarti perkataan yang benar, jujur, tidak bohong, lurus dan tidak berbelit-belit.⁹⁵ Ungkapan ini terdapat di dua tempat dalam Al-Qur’an, yaitu di surah an-Nisa ayat 9 dan di surah al-Ahzab ayat 70. Dalam surah an-Nisa (4) ayat 9 Allah berfirman:

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ
وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا (٩)

Artinya: “Dan hendaknya takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan di belakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar”. (Q.S an-Nisa (4):9)⁹⁶

Ayat ini terkait dengan peristiwa menjelang kematian, ada orang yang sedang menanti ajal, ada ahli waris, ada yang akan menjadi wali

⁹³Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, hal. 93.

⁹⁴Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, hal. 93.

⁹⁵Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2013), hal. 187.

⁹⁶Departemen Agama Ri. *Al-Qur’an Dan Terjemahannya*, (Bandung: Cv Penerbit Di Ponorogo, 2010), hal. 78.

dari yang akan ditinggalkan, da nada penjenguk. Kepada semuanya Allah memerintahkan mereka untuk bertakwa kepada-Nya dan mengucapkan perkataan yang benar (*qaulan sadidan*). Bagi pengjenguk mengucapkan perkataan yang benar adalah menuntun orang yang sedang menanti ajal untuk bertobat, mengucapkan kalimat syahadat, berbaik sangka dengan Allah, menuntunnya untuk tidak berwasiat lebih dari sepertiga hartanya.⁹⁷

Bentuk *qaulan sadidan* bagi wali akan amanah mengurus anak-anak yang akan ditinggalkan adalah dengan mengatakan dan memperlakukan mereka sebagai ahli waris yang menyaksikan saat-saat ajal menjemput, bentuk *qaulan sadidan* adalah dengan tidak membuat khawatir orang yang akan meninggal karena rebut membicarakan harta di hadapannya. Dalam surah al-Ahzab (33) ayat 70-71, Allah SWT memerintahkan orang-orang yang beriman untuk mengucapkan perkataan yang benar secara umum. Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا (٧٠) يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ
ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا (٧١)

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan kuatkanlah perkataan yang benar, niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. Dan barang siapa menaati Allah dan Rasul-Nya, maka sesungguhnya ia telah mendapatkan kemenangan yang besar”.⁹⁸

⁹⁷Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015), hal 94.

⁹⁸Departemen Agama Ri. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, (Bandung: Cv Penerbit Di Ponorogo, 2010), hal. 427.

Perintah untuk bertakwa dan mengucapkan perkataan yang benar (*qaulan sadidan*) bermakna bahwa perintah ini bukan khusus untuk tema tertentu seperti yang disebutkan dalam surah an-Nisa di atas, tetapi bertakwa dan berkata yang benar adalah perintah umum untuk semua bagian kehidupan. Kata *qaulan sadidan* secara umum bermakna perkataan yang tepat dengan kondisi yang ada, seperti menembakkan anak panah ke sasaran yang dituju.⁹⁹

Adapun menurut M. Tata Taufik berkata benar disini maksudnya tidak perlu melakukan kebohongan hanya untuk mengakali harta anak yatim hanya karena terlalu khawatir akan kesejahteraan keturunannya. Akan tetapi, harus lebih kuat kepada Allah dan untuk itu ia harus takwa dan berkata jujur, dalam arti memberikan pernyataan yang benar. Sedangkan dalam Q.S Al-Ahzab ayat 70, dilihat dari tema rentetan ayat sebelum dan sesudahnya membicarakan mengenai larangan untuk tidak mengatakan tuduhan yang bukan-bukan terhadap Rasul (seperti kaum Musa a.s.) pada Q.S. Al-Ahzab ayat 69, dan takwa serta perkataan yang benar sebagai syarat mendapatkan perbaikan amal perbuatan dan ampunan dosa, kemudian dipungkas dengan pernyataan, barang siapa menaati Allah dan Rasul-Nya maka ia telah mendapatkan kemenangan yang besar (keberuntungan).¹⁰⁰

Al-Jazairi mendefinisikan *qaulan sadidan* dengan dua kata, yaitu *shidqan ha-iban*, yang artinya benar dan tepat sasaran. Tidak semua kata

⁹⁹Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015), hal 95.

¹⁰⁰M. Tata Taufik, *Etika Komunikasi Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012),hal. 173.

yang benar menjadi tepat kalau ditempatkan pada posisi yang tidak benar. Menceritakan atau menggambarkan penyakit yang diderita oleh seorang pasien di rumah sakit, bahkan menceritakan kepadanya tentang penyakit yang diderita, meskipun pernyataannya itu benar tetapi dalam kondisi seperti itu tidak “*sadidan*” (tidak tepat).

7. *Qaulan Tsaqilan*

Ungkapan *qaulan tsaqilan* secara bahasa berarti perkataan yang berat. Ungkapan ini disebut dalam Al-Qur’an surah al-Muzzammil (73) ayat 5. Allah berfirman:

إِنَّا سَنُلْقِي عَلَيْكَ قَوْلًا ثَقِيلًا (٥)

Artinya:”Sesungguhnya kami akan menurunkan kepada perkataan yang berat”.¹⁰¹

Secara umum, yang dimaksud dengan *qaulan tsaqilan* adalah Al-Qur’an, karena di dalamnya terkandung tugas-tugas berat bagi orang-orang mukalaf (mendapatkan tugas) terutama Rasulullah SAW. Ketika Rasulullah menerima wahyu, terasa wahyu yang diterima itu berat. Dan bukan saja beliau yang merasakan berat, tetapi unta yang dikendarainya juga merasa berat sehingga terpaksa berhenti dan duduk.¹⁰²

Al-Qur’an dikatakan berat karena baik struktur bahasa maupun maknanya sangat kukuh, isinya tidak ada yang picisan. Al-Qur’an juga dikatakan berat karena orang yang ingin merenungkan maknanya

¹⁰¹Departemen Agama RI. *Al-Qur’an Dan Terjemahannya*, (Bandung: Cv Penerbit Di Ponorogo, 2010), hal. 574.

¹⁰²Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015), hal 96.

memerlukan keseriusan dalam mengkajinya, dan nilainya yang akan bertahan, tidak lapuk dan usung dimakan zaman. Beratnya bobot Al-Qur'an, baik dari aspek bahasa maupun isinya membuat kitab ini disebut mengandung mukjizat. Tantangan terbuka kepada seluruh manusia untuk membuat semisal Al-Qur'an dan ketidak mampuan manusia untuk membuat semisalnya hingga akhir zaman membuktikan bahwa Kitab ini sangat berbobot.

Qaulan tsaqilan dalam konteks komunikasi adalah kata-kata yang berbobot dan penuh makna, memiliki nilai yang mendalam, memerlukan perenungan untuk memahaminya, dan bertahan lama. Karena Allah menyifati Al-Qur'an sebagai perkataan yang berat, maka menggunakan Al-Qur'an dalam berkomunikasi akan membuat komunikasi itu menjadi berbobot. Itulah rahasia kenapa Rasulullah yang disifati oleh Aisyah sebagai Al-Qur'an yang hidup memiliki kualitas kata yang sangat berbobot. Beliau dianugerahi oleh Allah SWT *jawami al-kalim*, yaitu ungkapan-ungkapan yang pendek tetapi mengandung makna yang dalam.

Rasulullah SAW bersabda:

“Aku dianugerahi kelebihan dibandingkan para nabi sebelumku dengan enam perkara: 1) aku diberikan *jawami al-karim*; 2) aku dimenangkan dengan kekalahan mental pasukan lawan; 3) dihalalkan bagiku *ghanimah* (harta rampasan perang); 4) dijadikan untukku seluruh muka bumi sebagai tempat yang suci dan tempat sujud 5) aku diutus untuk seluruh makhluk, 6) aku adalah penutup para nabi”. (HR. Muslim dan Tirmidzi dari abu Hurairah).¹⁰³

¹⁰³Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015), hal 97.

8. *Qaulan Adziman*

Secara bahasa *qaulan Adziman* artinya perkataan yang besar.

Ungkapan ini disebutkan oleh Allah SWT pada surah al-Isra (17) ayat 40

Allah SWT berfirman:

أَفَأَصْفَاكُمْ رَبُّكُم بِالْبَنِينَ وَاتَّخَذَ مِنَ الْمَلَائِكَةِ إِنَاثًا إِنَّكُمْ تَقُولُونَ قَوْلًا عَظِيمًا (٤٠)

Artinya:”Maka apakah patut tuhan memilhkan bagimu anak-anak laki-laki sedang dia sendiri mengambil anak-anak perempuan di antara para malaikat? Sesungguhnya kamu benar-benar mengucapkan kata-kata yang besar (dosanya)”¹⁰⁴.

Kata-kata yang besar maksudnya di sini besar kekejiannya, besar kelancangannya, besar kedustaannya, dan jauh keluarnya dari hal yang sebenarnya. Ayat ini terkait dengan kepercayaan orang-orang Arab jahiliah yang meyakini pula bahwa malaikat adalah perempuan dan meyakini pula bahwa malaikat itu merupakan anak pertama tuhan. Ungkapan yang tidak memiliki sumber ini termasuk dalam kategori perkataan yang besar.¹⁰⁵

Dalam komunikasi, mengeluarkan pernyataan yang tidak berdasar dan membuat rusak keyakinan seseorang atau bahkan masyarakat adalah termasuk perkataan yang besar. *Qaulan adziman* menimbulkan dampak kerusakan yang besar buat orang yang mengucapkannya dan bagi orang yang menerima dan mengonsumsinya.

¹⁰⁴Departemen Agama Ri. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, (Bandung: Cv Penerbit Di Ponorogo, 2010), hal. 286.

¹⁰⁵Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015), hal 98.

Menurut Wahyu Ilahi penafsiran ayat tersebut, melukiskan bahwa dalam berkomunikasi adalah kita tidak boleh mengucapkan kata-kata yang mengandung kebohongan, atau tuduhan yang sama sekali tidak berdasar. Karena, ucapan-ucapan yang tidak berdasarkan sangatlah dibenci oleh Allah SWT.¹⁰⁶

9. *Ahsanu Qaulan*

Ungkapan *ahsanu qaulan* secara bahasa berarti perkataan yang paling baik. Ungkapan ini terdapat dalam surah Fushshilat (41) ayat 33 Allah SWT berfirman:

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ (٣٣)

Artinya: “Siapa yang lebih baik perkataannya dari pada orang yang menyeru kepada Allah, mengajarkan amal yang saleh, dan berkata : “Sesungguhnya aku termasuk orang-orang yang menyerah diri?”¹⁰⁷

Dalam ayat ini Allah menyebutkan tentang perkataan paling baik yang diucapkan oleh manusia. Perkataan itu adalah seruan untuk beriman kepada Allah, beramal saleh, dan menyatakan diri sebagai seseorang yang tunduk dengan aturan Allah SWT. Ayat ini menggambarkan kepada kita bahwa bobot kata yang kita keluarkan kualitasnya berbeda-beda. Dan kata yang paling berbobot menurut Al-Qur’an adalah kata untuk mengajak orang mengesahkan Allah dan memotivasi orang untuk beramal saleh.¹⁰⁸

¹⁰⁶Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2013), hal. 172.

¹⁰⁷Departemen Agama Ri. *Al-Qur’an Dan Terjemahannya*, (Bandung: Cv Penerbit Di Ponorogo, 2010), hal. 480.

¹⁰⁸Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015), hal 99.

Orang yang terbiasa mengucapkan kata-kata terbaik dan mendengarkan kata-kata yang terbaik berpotensi menjadi manusia yang berkualitas baik. Sebaliknya, orang-orang yang setiap saatnya mengekuarkan kata-kata yang buruk dan mendengarkan kata-kata yang buruk akan memiliki hati yang buruk dan berpotensi memalukan hal-hal yang buruk. Sembilan sifat yang digandeng oleh Allah dengan *qaul*, yaitu *ma'rufan*, kariman, *maysuran*, *balighan*, *layyinan*, *sadidan*, *tsaqilan*, *adziman* dan *ahsan* mengisyaratkan bahwa pesan yang diungkapkan lewat symbol kata memiliki kekuatan dahsyat pada diri komunikasi dan memiliki efek psikologis bagi mereka.¹⁰⁹

¹⁰⁹Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, hal 99.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan dengan metode deskriptif dengan menggunakan teori komunikasi Islam dimana pada penelitian ini menggambarkan dan menjelaskan tentang Strategi Komunikasi Politik Anggota Legislatif dalam Perspektif Komunikasi Islam terkait dengan perencanaan dan pelaksanaan yang digunakan oleh Herliansyah, SH.,MH terhadap kemenagannya dua periode di Kabupaten Lahat.

Deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti suatu objek, baik berupa nilai-nilai budaya manusia, sistem pemikiran filsafat, nilai-nilai etika, nilai karya seni, sekelompok manusia, peristiwa atau objek budaya lainnya. Tujuan dari penelitian dengan menggunakan metode deskriptif adalah untuk membuat deskripsi gambaran atau lukisan secara sistematis dan objektif, mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, ciri-ciri serta hubungan di antara unsur-unsur yang ada atau sesuatu fenomena tertentu (dalam penelitian budaya).¹¹⁰

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan yaitu dengan *Field Research* (penelitian lapangan) dengan langsung mengunjungi dan mencari informasi langsung dari situasi tempat penelitian. Jenis penelitian ini memiliki sifat menjelaskan metode studi kasus yang bersifat deskriptif.

¹¹⁰Kaelan, *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Filsafat*, (Yogyakarta; Paradigma, 2005), hal.58.

B. Penjelasan Judul Penelitian

Untuk menghindari kesalah pahaman dalam memahami judul skripsi ini, maka penulis menganggap perlu adanya batasan dari pengertian istilah sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi politik adalah sebuah taktik yang sangat berperan dalam kemenangan pemilihan umum langsung. Keberhasilan strategi komunikasi politik membersihkan sebuah kontribusi untuk menyusun tidak hanya dalam menghadapi pemilu namun juga pasca pemilu.
2. Anggota Legislatif yaitu sekumpulan orang-orang yang berkuasa membuat hukum, yang sering dikenal dengan beberapa nama: parlemen, kongres, dan asembli nasional dalam sistem parlemen. Legislatif adalah badan tertinggi dan menunjuk eksekutif.
3. Komunikasi Islam yaitu komunikasi yang mengomunikasikan ajaran Islam, dalam arti mengajak, dan memanggil umat manusia agar menganut ajaran Islam, menyampaikan informasi tentang amar makruf dan nahi mungkar, supaya tercapai kebahagiaan di dunia dan di akhirat, serta terlaksana ketentuan Allah: “menyiksa orang yang menolak dan menganugerahi pahala bagi orang yang beriman pada pesan komunikasi (berupa ajaran Islam) tersebut”.

Berdasarkan penegasan istilah di atas dapat ditegaskan, bahwa yang dimaksud dalam judul skripsi ini adalah “Strategi Komunikasi Politik Anggota Legislatif Herliansyah SH., MH Pespektif Prinsip Komunikasi Islam di Kabupaten Lahat Sumatera Selatan.

C. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 2 (dua) bulan mulai dari awal observasi hingga selesai. Penelitian ini dilaksanakan di Daerah Pemilihan (dapil) V yakni desa Bungamas, Muara Danau dan Patikal lama Kecamatan Kikim Tiur Kabupaten Lahat.

D. Informan Penelitian

Informan penelitian merupakan subyek yang memberikan informasi tentang fenomena-fenomena dan situasi yang berlangsung di lapangan. Pemilihan informan yaitu diambil dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan metode/cara pertimbangan-pertimbangan tertentu. Sampel yang dipilih berdasarkan pada ciri-ciri yang dimiliki subjek tersebut sesuai dengan tujuan penelitian yang akan dilakukan. Informan dalam penelitian ini adalah Herliansyah, SH., MH tim kampanye, beserta masyarakat yang memenuhi kriteria berikut:

- Informan terlibat dalam kemenangan Herliansyah SH., MH dan Informan yang terlibat dalam pelaksanaan baik Tim Kampanye ataupun masyarakat.
- Informan yang mengetahui kemenangan Herliansyah SH., MH di desa tempat tinggalnya.
- Informan memiliki kesempatan atau waktu cukup untuk dimintai informasi.

Berdasarkan kriteria diatas, maka yang layak menjadi informan dalam penelitian ini berjumlah 10 orang.

Table. 4.1
Profil Informan

No.	Nama	L/P	Usia	Pendidikan	Alamat	Pekerjaan
1.	Herliansyah	L	45	S2	Perumnas Kapling Kab. Lahat	Ketua PDIP dan Advokat
2.	Farida Nur Khasanah (FNK)	P	36	SMA	Desa Bungamas	Ibu rumah tangga
3.	Ahmad Adi Saputra (AAS)	L	22	SMA	Desa Bungamas	Wiraswasta
4.	Nurilah (N)	P	46	SMA	Desa Bungamas	Ibu rumah tangga
5.	Ahmad Sadli (AS)	L	47	SMA	DesaMuara Danau	Wiraswasta
6.	Ferdi (F)	L	20	SMA	DesaMuara Danau	Wiraswasta
7.	Nelly Nerti (NN)	P	44	S1	DesaMuara Danau	Honoror
8.	Nawawi (N)	L	68	SMA	Desa Patikal Lama	Wiraswasta
9.	Sulaiman Effendi (SE)	L	30	SMA	Desa Patikal Lama	Wiraswasta
10.	Disut (D)	L	35	SMA	Desa Patikal Lama	Wiraswasta

E. Sumber Data

Adapun sumber data yang didapatkan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua bagian, yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh melalui serangkaian kegiatan. Data primer pada penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung melalui observasi dan wawancara dari informan yang berhubungan dengan penelitian ini.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui pengumpulan data yang berbentuk catatan atau laporan data yang berbentuk dokumentasi oleh tempat yang diteliti dan dipublikasikan. Adapun data sekunder dalam penelitian ini diantaranya, buku-buku penunjang, kamus, catatan, dan yang lainnya.

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan:

1. Metode Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh dua orang dengan maksud tertentu. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara *deep interview*. Artinya apabila terdapat jawaban informan yang kurang lengkap karena masih bersifat umum dan kurang spesifik, maka perlu ditanyakan lebih lanjut.

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.¹¹¹

Adapun teknik pelaksanaan dalam wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara bebas terpimpin, yakni melakukan wawancara bersifat santai dan luwes

¹¹¹Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), hal.186.

dengan tujuan agar informasi tidak terlalu tegang dan kaku tanpa bermaksud mengesampingkan keseriusan dan identitas keformalan dalam penelitian. Serta guna membuat wawancara menjadi efektif dan cair peneliti menggunakan bahasa daerah di desa yang akan peneliti wawancarai. Melalui metode ini peneliti mendapatkan berbagai informasi terkait dengan Strategi Komunikasi Politik Anggota Legislatif Perspektif Komunikasi Islam (Studi Kasus terhadap Kemenangan Herliansyah, SH., MH di Kabupaten Lahat).

2. Metode Observasi

Observasi merupakan kegiatan pengamatan dan pencatatan dengan sistemik terhadap fenomena-fenomena yang diselidiki. Adapun observasi yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah observasi partisipan dimana peneliti tersebut secara langsung terlibat dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan subjek yang diobservasi.

Metode observasi dalam penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data yang terkait dengan Strategi Komunikasi Politik Anggota Legislatif Perspektif Komunikasi Islam (Studi Kasus terhadap Kemenangan Herliansyah, SH., MH di Kabupaten Lahat) tersebut. Tujuan observasi adalah mendeskripsikan setting yang dipelajari, aktivitas-aktivitas yang berlangsung, orang-orang yang terlibat dalam aktivitas, dan makna kejadian di lihat dari perspektif mereka yang terlihat dalam kejadian yang diamati.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau *variable* yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, foto-foto, wawancara dan sebagainya. Metode dokumentasi merupakan penelaan terhadap referensi yang berhubungan dengan fokus permasalahan penelitian. Dalam penelitian yang menjadi dokumentasi yaitu dokumen pribadi, foto-foto, dan rekaman.

G. Teknik Keabsahan Data

Untuk menetapkan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan yang didasarkan pada empat kriteria yaitu derajat kepercayaan (kredibilitas), keteralihan, ketergantungan dan kepastian.¹¹² Teknik pemeriksaan keabsahan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Ketekunan pengamatan, yaitu menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan personal yang sedang di cari dan kemudian memasukan diri pada hal-hal tersebut secara rinci. Ketekunan ini dilakukan untuk memahami dan mendapatkan data secara mendalam.¹¹³
2. Triangulasi, yaitu teknik analisis keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain data itu untuk keperluan pengecekan atau digunakan sebagai pembanding terhadap data tersebut.¹¹⁴

¹¹²Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), hal. 324.

¹¹³Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hal.329.

¹¹⁴Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hal.330.

H. Teknik Analisis Data

Menurut sugiyono analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Penelitian ini digunakan metode deskriptif kualitatif untuk menganalisis data yang telah terkumpul dari lapangan dengan cara menginterpretasikan data-data yang telah diperoleh kedalam bentuk kalimat-kalimat dengan menggunakan langkah analisis sebagai berikut:

1. Reduksi data merupakan kegiatan menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, dan membuang yang tidak perlu serta memilih bagian yang penting sesuai dengan masalah peneliti.
2. Penyajian data diartikan sebagai kegiatan untuk menyusun informasi-informasi yang memberi kemungkinan adanya penarikan dan pengambilan tindakan.
3. Penarikan kesimpulan, yaitu proses lanjutan dari reduksi dan data penyajian data. Langkah ini menyangkut interpretasi penelitian, yaitu menggambarkan maksud dari data yang ditampilkan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Informan Penelitian

1. Profil Herliansyah, SH., MH,

Herliansyah, SH., MH, dilahirkan di desa Muara Danau Kecamatan Kikim Timur Kabupaten Lahat, pada tanggal 28 juli 1974 dari H. M. Din. Jum'at dan ibu Hj. Rohana. Herliansyah, SH., MH, merupakan anak keempat dari enam bersaudara. Yang saat ini tinggal di Jln Citra Prumnas Kapling Block C Gang Rambutan RT.11 RW.04 Kelurahan Bandar Jaya Kabupaten Lahat. Herliansyah, SH., MH, menyelesaikan sekolah dasar di SD Negeri 01 Bungamas Kikim Timur tahun 1981 s/d 1987. Kemudian melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMP Negeri 01 Bungamas Kikim Timur tahun 1987 s/d 1990.¹¹⁵ Selanjutnya melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 01 Lahat tahun 1990 s/d 1993. Setelah itu melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi di Universitas Muhammadiyah Palembang tahun 1994 s/d 1998. Lalu melanjutkan pendidikan masternya di Universitas Muhammadiyah Palembang tahun 2009 s/d 2011. Herliansyah, SH., MH, yang saat ini telah menikah dengan Yulia Dinarta, A.Md yang telah mempunyai tiga orang anak, satu laki-laki bernama M. Gatan saat ini sedang duduk di sekolah menengah pertama kelas dua SMP dan dua perempuan. Yang bernama Nazipah saat

¹¹⁵Observasi Awal Pada Tanggal 12 Oktober 2018 di Kediaman Bapak Herliansyah S.H M.H.

ini sedang duduk di sekolah dasar kelas enam SD dan nazirah saat ini sedang duduk di sekolah dasar kelas empat SD. Saat ini dia memegang jabatan sebagai Ketua DPC tingkat Kabupaten periode 2014-2019. Dengan riwayat pekerjaan sebagai berikut: Advokat (Pengacara) pada tahun 1999-2014 di Palembang, Anggota DPRDD Kabupaten Lahat tahun 2007, Ketua DPRDD Kabupaten Lahat tahun 2009-2014, dan saat ini Ketua DPRDD Kabupaten Lahat tahun 2014-2019.¹¹⁶

2. Visi dan Misi Herliansyah, SH., MH,

Visi

Menjadikan Kabupaten Lahat Lebih baik lagi dari sebelumnya dan membuat politik di Kabupaten Lahat politik yang baik untuk kemaslahatan umat dan tidak mementingkan kepentingan pribadi.

Misi

Adapun upaya untuk mencapai Visi Herliansyah, SH., MH yaitu:

- a. dengan membentuk kader-kader politik yang berkompeten dan dikenal oleh masyarakat luar serta terbukti kinerjanya dimasyarakat.
- b. memiliki akhlak yang baik, sopan santun dan dapat dipercaya.
- c. menjadikan desa-desa di Kabupaten Lahat lebih baik lagi.

3. Program Kerja Herliansyah, SH., MH,

Menampung semua aspirasi masyarakat dan membantu merealisasikannya ke pemerintah.

¹¹⁶Observasi Awal Pada Tanggal 12 Oktober 2018 di Kediaman Bapak Herliansyah S.H M.H.

B. Data Hasil Penelitian

1. Komunikasi Politik yang digunakan Herliansyah, SH., MH, dalam memenangkan suara di Kabupaten Lahat, meliputi:
 - a. Pesan Politik Herliansyah, SH., MH sampaikan saat kampanye.

Berdasarkan observasi peneliti bahwa komunikasi politik yang diterapkan oleh Herliansyah, S.H., M.H. dan timnya Sudah menggunakan fungsi informasi dalam komunikasi politik. hal ini sama dengan penemuan data ketika peneliti melakukan wawancara berikut hasil wawancara dengan beberapa narasumber.

Informan Herliansyah, S.H., M,H mengatakan bahwa:

Menyampaikan visi, misi, program kerja dan menyampaikan kepada masyarakat apabila saya terpilih insyallah apa yang menjadi aspirasi dari masyarakat akan saya sampaikan kepada pemerintah, sehingga apa yang menjadi usulan-usulan dari masyarakat luas insyallah bisa di relalisasikan oleh pemerintah, pembangunan-pembangunan fisik baik itu berupa gang, siring, dan yang lainnya. Bisa diusulkan dianggarkan sehingga insyallah bisa di bangun secepatnya dan tentu pesan-pesan yang paling baik utnuk masyarakat jadi disampaikan kemasyarakat bahwa politik itu baik, seandainya mencari kader tentunya kader-kader atau orang yang ingin di jadikan itu orang yang dikenal, dekat. Sehingga masyarakat dalam hal ini lebih tertarik, jadi sampaikan kepada masyarakat itu bahwa orang yang dipilih itu lebih dekat dengan masyarakat, bahwa tokoh yang kita calonkan itu adalah tokoh yang kita kenal.¹¹⁷

Sedangkan Informan dari tim keluarga dan tim relawan Herliansyah, S,H., M,H mereka menyatakan bahwa mereka hanya menyampaikan informasi bahwa bapak Herliansyah, S,H., M,H akan

¹¹⁷Wawancara Dengan Herliansyah SH., MH, Selaku Ketua DPR Kabupaten Lahat Tahun 2014 S/D 2019, 11 Mei 2019.

mencalonkan diri lagi sehingga mereka meminta dukungan suara dan do'anya.¹¹⁸

Berdasarkan penjelasan diatas Herliansyah, SH., MH, sudah menerapkan fungsi informasi dalam penerapan strategi yang digunakannya.

b. Pesan khusus kampanye Herliansyah, S.H., M,H.

Berdasarkan observasi peneliti bahwa komunikasi politik yang diterapkan oleh Herliansyah, S.H., M,H. Dan timnya Sudah menggunakan fungsi pendidikan dalam komunikasi politik. hal ini sama dengan penemuan data ketika peneliti melakukan wawancara berikut hasil wawancara dengan beberapa narasumber.

Informan Herliansyah, S,H., M,H mengatakan bahwa:

Lebih cenderung memberikan perhatian kepada masyarakat pilihlah calon itu calon yang kalian kenal, tentunya calon yang sudah terbukti kinerjanya sebelumnya, jadi istilahnya jangan beli kucing dalam karung, sehingga benar-benar orang yang ingin dijadikan itu benar-benar dikenal.¹¹⁹

Sedangkan Informan dari tim keluarga dan tim relawan bapak Herliansyah, S,H., M,H mereka menyatakan bahwa mereka tidak melakukan kampanye pada aspek pendidikan.¹²⁰

¹¹⁸Wawancara dengan FNK, AAS, AS,F, N, dan SE Selaku Tim Keluarga Dan Tim Relawan Bapak Herliansyah S.H, M.,H pada tanggal 13-15 Mei 2019.

¹¹⁹Wawancara Dengan Herliansyah SH., MH, Selaku Ketua DPR Kabupaten Lahat Tahun 2014 S/D 2019, 11 Mei 2019.

¹²⁰Wawancara dengan FNK, AAS, AS,F, N, dan SE Selaku Tim Keluarga Dan Tim Relawan Bapak Herliansyah S.H, M.,H pada tanggal 13-15 Mei 2019.

Berdasarkan penjelasan diatas bapak Herliansyah, SH., MH, sudah menerapkan fungsi pendidikan dalam penerapan strategi yang digunakannya.

c. Tim kampanye Herliansyah, S.H., M.

Berdasarkan observasi peneliti bahwa komunikasi politik yang diterapkan oleh Herliansyah, S.H., M,H. Dan timnya Sudah menggunakan fungsi intruksi dalam komunikasi politik. hal ini sama dengan penemuan data ketika peneliti melakukan wawancara berikut hasil wawancara dengan beberapa narasumber.

Informan Herliansyah, S,H., M,H mengatakan bahwa:

Saya tidak melakukannya sendiri ada tim terdiri satu tim partai kemudian tim relawan, ketiga baru tim keluarga, tim relawan disini memang dia sudah lama ikut saya, dalam artian seluruh kegiatan saya mereka bantu secara suka rela mereka bantu bagaimana mengkampanyekan saya untuk bisa dipilih. Untuk bantu pasti, seperti saksi, mencari masa, untuk membatu meringankan pekerjaan saya, mencari masa dalam hal ini membantu untuk ikut mengkampanyekan, bahwa pilihlah saya bahwa saya baik” dan “pasti ada dalam hal ini partai menyampaikan dengan saya bahwa berkampanyelah dengan baik, dengan sopan tidak boleh menjelek-jelekkkan partai lain, jadi dalam hal ini partai menyampaikan kepada saya supaya menjalankan perintah partai itu tidak boleh menjelekkkan partai orang lain, dan sebagainya.¹²¹

Sedangkan Informan dari tim keluarga dan tim relawan Herliansyah, S,H., M,H mereka menyatakan bahwa mereka melakukan kampanye atas perintah dari Herliansyah, S,H., M,H dan membentuk tim keluarga dan tim relawan.¹²²

¹²¹Wawancara Dengan Herliansyah SH., MH, Selaku Ketua DPR Kabupaten Lahat Tahun 2014 S/D 2019, 11 Mei 2019.

¹²²Wawancara dengan FNK, AAS, AS,F, N, dan SE Selaku Tim Keluarga Dan Tim Relawan Bapak Herliansyah S.H, M.,H pada tanggal 13-15 Mei 2019.

Berdasarkan penjelasan diatas Herliansyah, SH., MH, sudah menerapkan fungsi intruksi dalam penerapan strategi yang digunakannya.

d. Tekhnik menarik simpati masyarakat di Pileg 2014-2019.

Berdasarkan observasi peneliti bahwa komunikasi politik yang diterapkan oleh Herliansyah, S.H., M,H. Dan timnya Sudah menggunakan fungsi persuasi dalam komunikasi politik. Dan sudah dipertegas dan dibenarkan juga dengan narasumber. hal ini sama dengan penemuan data ketika peneliti melakukan wawancara berikut hasil wawancara dengan beberapa narasumber.

Informan Herliansyah, S,H., M,H mengatakan bahwa:

Selain dengan kata-kata untuk menarik perhatian masyarakat saya juga minimal membawa alat kontak dalam artian seperti baju, kain, poster, dan lainnya” dan “minimal menyampaikan kemasyarakat utnuk memilih calon legislatif itu yang memang sudah terbukti bekerja, sesudah itu yang mereka sudah kenal. Baik dekat fisik dan hatinya serta membangun komunikasi terus menerus, jangan putus, dalam artian bila ada waktu komunikasi entah itu via telepon atau datang langsung, jadi komunikasi itu di bangun terus menerus. bila bisa telepon-telepon, bisa di datangi ya kita datangi. Dan saya tidak membatasi untuk membangun komunikasi dengan saya, dan dalam hal ini siapapun masyarakat yang membutuhkan bantuan, perlu komunikasi kita pasti kerjakan.¹²³

Sedangkan Informan dari tim keluarga, tim relawan dan masyarakat di Desa Bungamas, Desa Muara Danau dan Desa Patikal Lama, menyatakan bahwa mereka mempengaruhi masyarakat dan pemuda denganperkataan yang dapat menyentuh hati dan perhatian

¹²³Wawancara Dengan Herliansyah SH., MH, Selaku Ketua DPR Kabupaten Lahat Tahun 2014 S/D 2019, 11 Mei 2019.

masyarakat serta melalui materi baik berupa uang yang di sumbangkan, bahan-bahan material untuk korban yang terkena bencana, moril dan lainnya.¹²⁴

Berdasarkan penjelasan diatas Herliansyah, SH., MH, sudah menerapkan fungsi persuasi dalam komunikasi politik dan komponen sumber dalam model linier dalam penerapan strategi yang digunakannya.

e. Entertainment Herliansyah, S.H., M,H dalam kampanye.

Berdasarkan observasi peneliti bahwa komunikasi politik yang diterapkan oleh Herliansyah, S.H., M,H. Dan timnya Sudah menggunakan fungsi hiburan dalam komunikasi politik. hal ini sama dengan penemuan data ketika peneliti melakukan wawancara. berikut hasil wawancara dengan beberapa narasumber.

Informan Herliansyah, S,H., M,H mengatakan bahwa:

Ada salah satunya nonton bareng bola kaki saat piala jempien di posko PDIP di bungamas, ada orgen juga, dan menghadiri majelis taklim dan membawa bantuan berupa al-qur'an dan yasin atau membawa orang yang bisa ceramah untuk memberikan tauziah (didesa bungamas, cempaka sakti, marga mulia) dan mengadakan pengajian serta sholat berjama'ah di pondok di cempaka sakti.¹²⁵

¹²⁴Wawancara dengan FNK, AAS, N, AS,F,NN, N, SE dan D Selaku Tim Keluarga, Tim Relawan dan Masyarakat di Desa Bungamas, Desa Muara Danau, dan Desa Patikal Lama pada tanggal 13-15 Mei 2019.

¹²⁵Wawancara Dengan Herliansyah SH., MH, Selaku Ketua DPR Kabupaten Lahat Tahun 2014 S/D 2019, 11 Mei 2019.

Sedangkan Informan dari tim keluarga dan tim relawan Herliansyah, S.H., M.H menyatakan bahwa mereka melakukan nonton bareng untuk hiburannya.¹²⁶

Berdasarkan penjelasan diatas Herliansyah, SH., MH, sudah menerapkan fungsi hiburan dalam penerapan strategi yang digunakannya.

f. Strategi menyusun pesan kampanye persuasif.

Berdasarkan observasi peneliti bahwa komunikasi politik yang diterapkan oleh Herliansyah, S.H., M.H. Dan timnya Sudah menggunakan isi pesan dalam model komunikasi politik. hal ini sama dengan penemuan data ketika peneliti melakukan wawancara berikut hasil wawancara dengan beberapa narasumber.

Informan Herliansyah, S.H., M,H mengatakan bahwa:

Pesan yang saya sampaikan saat berkampanye yakni untuk bagaimana cara saya terpilih dan bagaimana caranya politik ini untuk kemaslahatan umat bukan untuk kepentingan pribadi bahwa politik itu adalah alat untuk memperjuangkan aspirasi masyarakat yang mendukung kita” dan “jadi intinya apa yang saya sampaikan itu politik adalah alat untuk memperjuangkan aspirasi masyarakat, dan alat untuk kemaslahatan umat.¹²⁷

Sedangkan Informan dari tim keluarga, tim relawan dan masyarakat di Desa Bungamas, Desa Muara Danau dan Desa Patikal Lama menyatakan bahwa yang mereka sampaikan saat melakukan

¹²⁶Wawancara dengan FNK, AAS, AS,F, N, dan SE Selaku Tim Keluarga Dan Tim Relawan Bapak Herliansyah S.H, M.,H pada tanggal 13-15 Mei 2019.

¹²⁷Wawancara Dengan Herliansyah SH., MH, Selaku Ketua DPR Kabupaten Lahat Tahun 2014 S/D 2019, 11 Mei 2019.

kapanye dari rumah ke rumah yakni meminta bantuan do'a dan suaranya sekaligus dengan memberikan nomor dan partai apa.¹²⁸

Berdasarkan penjelasan diatas Herliansyah, SH., MH, sudah menggunakan komponen pesan dalam penerapan model linier komunikasi politik.

g. Media kampanye Herliansyah, S.H., M,H.

Berdasarkan observasi peneliti bahwa komunikasi politik yang diterapkan oleh Herliansyah, S.H., M,H. Dan timnya Sudah menggunakan isi saluran/media dalam model komunikasi politik. hal ini sama dengan penemuan data ketika peneliti melakukan wawancara berikut hasil wawancara dengan beberapa narasumber.

Informan Herliansyah, S,H., M,H mengatakan bahwa:

Sepanduk positif ada, baliho stiker, kalender dan kartu nama kita juga menggunakan media cetak dan online lahat post dan lahat online, baik itu iklan ataupun berita.¹²⁹

Sedangkan Informan dari tim keluarga, tim relawan dan masyarakat di Desa Bungamas, Desa Muara Danau dan Desa Patikal Lama menyatakan bahwa alat yang digunakan saat melakukan kampanye seperti kartu nama, pakaian, kalender dan lainnya.¹³⁰

¹²⁸Wawancara dengan FNK, AAS, N, AS,F,NN, N, SE dan D Selaku Tim Keluarga, Tim Relawan dan Masyarakat di Desa Bungamas, Desa Muara Danau, dan Desa Patikal Lama pada tanggal 13-15 Mei 2019.

¹²⁹Wawancara Dengan Herliansyah SH., MH, Selaku Ketua DPR Kabupaten Lahat Tahun 2014 S/D 2019, 11 Mei 2019.

¹³⁰Wawancara dengan FNK, AAS, N, AS,F,NN, N, SE dan D Selaku Tim Keluarga, Tim Relawan dan Masyarakat di Desa Bungamas, Desa Muara Danau, dan Desa Patikal Lama pada tanggal 13-15 Mei 2019.

Berdasarkan penjelasan diatas Herliansyah, SH., MH, sudah menggunakan komponen saluran/media dalam penerapan model linier komunikasi politik.

h. Khalayak kampanye Herliansyah, S.H., M,H.

Berdasarkan observasi peneliti bahwa komunikasi politik yang diterapkan oleh Herliansyah, S.H., M,H. Dan timnya Sudah menggunakan penerima dalam model komunikasi politik. hal ini sama dengan penemuan data ketika peneliti melakukan wawancara berikut hasil wawancara dengan beberapa narasumber.

Informan Herliansyah, S.H., M,H mengatakan bahwa:

Untuk kelompok kaum milenial (kelompok muda) dalam artian kaum muda bagaimana mereka memilih pemimpin yang baik dan mengerti tentang politik, kelompok mejelis taklim dnegan tauziah mereka diajarkan bagaimana politik itu untuk kemslahatan umat, dan masyarakat umum untuk memilih pemimpin yang dikenal dan sudah ada kinerjanya dan tidak ada batasan ataupun ketentuan tertentu untuk menentukan sasaran saat berkampanye serta tentunya di kikum area, minimal bungamas, karagtaruna dan khusus di daerah trans, karena PDIP itu identik dengan yang berasal dari jawa, dan biasanya orang jawa itu memilih PDIP, mereka suka dan cinta sukarno, jadi identik dengan PDIP.¹³¹

Sedangkan Informan dari tim keluarga dan tim relawan Herliansyah, S.H., M,H mereka menyatakan bahwa masyarakat umum dan pemuda yang tidak memiliki ikatan dinas saja yang mereka kampanye.¹³²

¹³¹Wawancara Dengan Herliansyah SH., MH, Selaku Ketua DPR Kabupaten Lahat Tahun 2014 S/D 2019, 11 Mei 2019.

¹³²Wawancara dengan FNK, AAS, AS,F, N, dan SE Selaku Tim Keluarga Dan Tim Relawan Bapak Herliansyah S.H, M.,H pada tanggal 13-15 Mei 2019.

Berdasarkan penjelasan diatas Herliansyah, SH., MH, sudah menggunakan komponen penerima dalam penerapan model linier komunikasi politik.

i. Respon masyarakat saat berkampanye.

Berdasarkan observasi peneliti bahwa komunikasi politik yang diterapkan oleh Herliansyah, S.H., M,H. Dan timnya Sudah menggunakan effect dalam model komunikasi politik diperkuat juga dengan jawaban narasumber. Hal ini sama dengan penemuan data ketika peneliti melakukan wawancara berikut hasil wawancara dengan beberapa narasumber.

Informan Herliansyah, S,H., M,H mengatakan bahwa:

Respon masyarakat sangat antusias, sangat memahami, sangat tertarik untuk mendengarkan apa yang saya sampaikan dengan intinya menyampaikannya itu secara lugas, padat dan jelas” dan “bentuk-bentuknya seperti, dialogis (tanya jawab), monologis (saya berbicara mereka mendengar) untuk kampanye yang saya lakukan cenderung monologis.¹³³

Sedangkan Informan dari tim keluarga, tim relawan dan masyarakat di Desa Bungamas, Desa Muara Danau dan Desa Patikal Lama menyatakan bahwa mereka merespon dengan baik, gembira namun ada juga yang tidak suka.¹³⁴

Berdasarkan penjelasan diatas Herliansyah, SH., MH, sudah menggunakan komponen efek dalam penerapan model linier

¹³³Wawancara Dengan Herliansyah SH., MH, Selaku Ketua DPR Kabupaten Lahat Tahun 2014 S/D 2019, 11 Mei 2019.

¹³⁴Wawancara dengan FNK, AAS, N, AS,F,NN, N, SE dan D Selaku Tim Keluarga, Tim Relawan dan Masyarakat di Desa Bungamas, Desa Muara Danau, dan Desa Patikal Lama pada tanggal 13-15 Mei 2019.

komunikasi politik dan menggunakan prinsip komunikasi Islam *Qaulan Balighan*.

2. Strategi Komunikasi Islam

7) Persiapan sebelum kampanye.

Berdasarkan observasi peneliti bahwa strategi komunikasi Islam yang diterapkan oleh Herliansyah, S.H., M.H. Dan timnya Sudah menggunakan pengumpulan data dasar dan perkiraan kebutuhan dalam sebuah strategi komunikasi. hal ini sama dengan penemuan data ketika peneliti melakukan wawancara berikut hasil wawancara dengan beberapa narasumber.

Informan Herliansyah, S.H., M.H mengatakan bahwa:

Persiapan baik fisik, moriel, material, itu sudah pasti. Persiapan yang jelas juga perlu pedanaan yang lumayan, tenaga, fisik dalam artian kesehatan” dan “minimal mempersiapkan tempat pertemuan, otomatis melibatkan masyarakat, sebelum kampanye kan sudah di tentukan tempatnya kapasitas muatan gedung dan makanan, prasmanan nasi maupun kue, jadi otomatis pasti persiapan sebelum kampanye baik tehknis maupun non tehknis.¹³⁵

Sedangkan informan dari tim keluarga dan relawan pada setiap desa yang peneliti wawancarai, mereka mengatakan bahwa seperti halnya berkampanye tentu kita terlebih dahulu harus menyiapkan berbagai persiapan demi mendapatkan suara yang banyak, adapun persiapan yang dilakukan oleh tim keluarga dan tim relawan pada desa Bungamas, Patikal Lama, dan Muara danau yakni: menyiapkan posko atau sekretariat, tenaga, fisik, alat-alat kampanye seperti

¹³⁵Wawancara Dengan Herliansyah SH., MH, Selaku Ketua DPR Kabupaten Lahat Tahun 2014 S/D 2019, 11 Mei 2019.

spanduk, bendera, kartu nama dan lainnya, serta mempersiapkan kata-kata yang baik untuk mempengaruhi masyarakat memilih bapak Herliansyah, S.H, M.,H.¹³⁶

Adapun sekretariat Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) yang bapak Herliansyah, S.H, M.,H ikuti berada di Jl. Kol Burlin Blok E No.40 Kel. Bandar Jaya, Lahat, Telp/Fax (0731) 324041 yang memiliki luas tanah selebar 15x25 Meter dan luas bangunan semi permanen 7x15 Meter. Yang terdiri dari dua gedung, gedung kantor dan gedung utama. bangunan tersebut di dominasi dengan warna merah ciri khas dari PDI-P dan di dalam kantor sekretariat PDI-P terdapat satu unit komputer dan satu unit printer, serta terdapat korsi kayu dan sofa untuk para tamu didalam ruangan tersebut juga terdapat foto ibu Mega Wati dan bapak Jokowi Dodo, para petinggi PDI-P di kabupaten lahat, foto-foto kegiatan PDI-P, bendera merah putih dan bendera PDI-P tidak hanya didalam kantor saja bendera PDI-P dengan kokoh berdiri didepan sekretariat. Sekretariat PDI-P juga selalu dijaga oleh petugas keamanan dan memiliki susunan kepengrusan yang terstruktur. Di ruangan utama terdapat juga korsi-korsi yang disediakan bila ada pertemuan-pertemuan, rapat dan kegiatan lainnya.¹³⁷

¹³⁶Wawancara dengan FNK, AAS, AS,F, N, dan SE Selaku Tim Keluarga Dan Tim Relawan Bapak Herliansyah S.H, M.,H pada tanggal 13-15 Mei 2019.

¹³⁷Pengamatan tanggal 7 Mei 2019. Penulis datang pukul 10.00 WIB menggunakan baju gamis berwarna orand dengan jilbab hitam menggunakan sepeda motor yang ditemani oleh kakak penulis.

Berdasarkan hasil wawancara diatas pengumpulan data dasar dan perkiraan kebutuhan sangat digunakan saat melakukan strategi komunikasi Islam, seperti melakukan persiapan baik itu berupa informasi data dasar ataupun memperkirakan kebutuhan dan persiapan saat mendesain strategi yang akan digunakan.

8) Khalayak dan tujuan berkampanye Herliansyah, S.H., M,H.

Berdasarkan observasi peneliti bahwa strategi komunikasi Islam yang diterapkan oleh Herliansyah, S.H., M,H. Dan timnya Sudah menggunakan perumusan sasaran dan tujuan komunikasi dalam sebuah strategi komunikasi. hal ini sama dengan penemuan data ketika peneliti melakukan wawancara berikut hasil wawancara dengan beberapa narasumber.

Informan Herliansyah, S,H., M,H mengatakan bahwa:

Pertama anak muda, kaum-kaum milenial, kemudian pendukung-pendukung partai yang militan di daerah dapil V. Yang militan disini maksudnya seperti Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) yang memang dari awal dan sudah lama mendukung PDIP sendiri. Jadi sasarannya selain kelompok milenial juga kelompok yang memang dari awal sudah mendukung PDIP dan mereka biasanya yang dari awal sudah memang mendukung PDIP Insyallah mereka tidak akan berubah untuk mendukung PDIP” dan “untuk bisa menarik masyarakt untuk bisa memilih saya tentunya, sehingga mereka tertarik akhirnya menentukan pilihan PDIP dan memilih saya secara pribadi.¹³⁸

Sedangkan Informan dari tim keluarga dan tim relawan Herliansyah, S,H., M,H mereka menyatakan bahwa mereka hanya melakukan kampanye pada masyarakat umum dan para pemuda di

¹³⁸Wawancara Dengan Herliansyah SH., MH, Selaku Ketua DPR Kabupaten Lahat Tahun 2014 S/D 2019, 11 Mei 2019.

desa Bungamas, Muara Danau dan Patikal Lama dengan tujuan untuk meminta dukungan suara.¹³⁹

Berdasarkan hasil wawancara perumusan sasaran dan tujuan komunikasi sangat digunakan saat melakukan strategi komunikasi Islam, seperti mengelompokkan sasaran kampanye guna mempermudah menyampaikan tujuan dalam berkomunikasi, baik dalam mengatur strategi komunikasi Islam maupun politik.

9) Teknik merumuskan pesan saat berkampanye.

Berdasarkan observasi peneliti bahwa strategi komunikasi Islam yang diterapkan oleh Herliansyah, S.H., M.H. dan timnya sudah menggunakan analisis perencanaan dari penyusunan strategi dalam sebuah strategi komunikasi. hal ini sama dengan penemuan data ketika peneliti melakukan wawancara berikut hasil wawancara dengan beberapa narasumber.

Informan Herliansyah, S.H., M.H mengatakan bahwa:

Dari awal pertama dengan tim dalam artian orang-orang yang sekeliling yang memang selama ini sudah mendukung saya, dalam artian baik itu tim partai, tim keluarga, maupun yang lainnya. Jadi sebelum menyusun semua apa saja yang akan direncanakan disusun dengan tim internal saya, dan tidak terlepas dari dorongan tim partai. Serta saat saya berkampanye dulu semuanya murni tidak menggunakan uang atau yang sering kita dengan serangan pajar.¹⁴⁰

Sedangkan Informan dari tim keluarga dan tim relawan Herliansyah, S.H., M.H mereka menyatakan bahwa sebagaimana

¹³⁹Wawancara dengan FNK, AAS, AS,F, N, dan SE Selaku Tim Keluarga Dan Tim Relawan Bapak Herliansyah S.H, M.,H pada tanggal 13-15 Mei 2019.

¹⁴⁰Wawancara Dengan Herliansyah SH., MH, Selaku Ketua DPR Kabupaten Lahat Tahun 2014 S/D 2019, 11 Mei 2019.

halnya promosi mereka melakukan mendatangi dari rumah ke rumah dengan memberikan alat berkampanye seperti kartu nama, kalender dan lainnya secara langsung serta memberikan kebaikan dengan mengumbar isu-isu kebaikan dan janji-janji dari bapak Herliansyah, S.H., M.H.¹⁴¹

Berdasarkan hasil wawancara analisis perencanaan dari penyusunan strategi sangat digunakan saat melakukan strategi komunikasi Islam, seperti menentukan strategi apa yang dipakai saat menentukan strategi dalam komunikasi.

10) Prinsip berkampanye Herliansyah, S.H., M.H.

Berdasarkan observasi peneliti bahwa strategi komunikasi Islam yang diterapkan oleh bapak Herliansyah, S.H., M.H. dan timnya Sudah menggunakan analisis khalayak dan segmentasinya serta menggunakan prinsip komunikasi Islam dalam sebuah strategi komunikasi. hal ini sama dengan penemuan data ketika peneliti melakukan wawancara berikut hasil wawancara dengan beberapa narasumber.

Informan Herliansyah, S.H., M.H mengatakan bahwa:

Ada kelompok milineal (kelompok muda) karena dengan yang kelompok yang muda bisa lebih mengerti, kelompok milenial mereka lebih militan sekaligus mengajarkan kepada mereka tentang politik, bahwa politik itu tidak seperti yang dibayangkan dalam artian jahat. Politik itu bila untuk ke maslahatan untungnya baik dan menyampaikan visi, misi, program kerja dan menyampaikan kepada masyarakat apabila saya terpilih insyallah apa yang menjadi aspirasi

¹⁴¹Wawancara dengan FNK, AAS, AS,F, N, dan SE Selaku Tim Keluarga Dan Tim Relawan Bapak Herliansyah S.H, M.,H pada tanggal 13-15 Mei 2019.

dari masyarakat akan saya sampaikan ke pemerintah, sehingga apa yang menjadi usulan-usulan dari masyarakat luas insyallah bisa di relalisasikan oleh pemerintah, pembangunan-pembangunan fisik baik itu berupa gang, siring, dan yang lainnya. Bisa diusulkan dianggarkan sehingga insyallah bisa di bangun secepatnya dengan menggunakan kalimat yang kampanye yang lemah lembut, lugas, tegas, padat, serta tidak bertele-tele, lebih sifatnya kebijukan.¹⁴²

Sedangkan Informan dari tim keluarga dan tim relawan bapak Herliansyah, S.H., M.H mereka menyatakan bahwa mereka hanya melakukan kampanye pada desanya masing-masing, yakni di Desa Bungamas, Desa Muara Danau dan Desa Patikal Lama, dengan menyampaikan permohonan untuk mendukung Herliansyah, S.H., M.H baik berupa do'a maupun dukungan suara.¹⁴³

Berdasarkan hasil Analisis khalayak dan segmentasinya serta menggunakan prinsip komunikasi Islam seperti *Qaulan Layyinan*, *Qaulan Ma'rufan*, *Qaulan Sadidan*, *Qaulan Maysuran*, Dan *Qaulan Tsaqilan* diatas sudah jelas bahwa dalam menentukan strategi komunikasi sangat penting menggunakan analisi khalayak dan segmentasinya serta prinsip komunikasi Islam guna mendapatkan strategi baik dalam berkomunikasi biasa maupun dalam komunikasi politik.

11) Strategi kampanye Herliansyah, S.H., M.H.

Berdasarkan observasi peneliti bahwa strategi komunikasi Islam yang diterapkan oleh Herliansyah, S.H., M.H. dan timnya

¹⁴²Wawancara Dengan Herliansyah SH., MH, Selaku Ketua DPR Kabupaten Lahat Tahun 2014 S/D 2019, 11 Mei 2019.

¹⁴³Wawancara dengan FNK, AAS, AS,F, N, dan SE Selaku Tim Keluarga Dan Tim Relawan Bapak Herliansyah S.H, M.,H pada tanggal 13-15 Mei 2019.

Sudah menggunakan desain dan penyusunan pesan serta prinsip-prinsip komunikasi Islam dalam sebuah strategi komunikasi. hal ini sama dengan penemuan data ketika peneliti melakukan wawancara berikut hasil wawancara dengan beberapa narasumber.

Informan Herliansyah, S.H., M,H mengatakan bahwa:

Otomatis saya menyampaikan secara lugas, padat, tepat, tidak bertele-tele. Jadi tegas dan tidak bertele-tele dengan kata-kata yang lembut, umum dan bisa dimengerti oleh masyarakat awam tidak menggunakan istilah-istilah intelektual yang sulit dimengerti oleh masyarakat awam atau lebih menggunakan bahasa universal yang umum di gunakan masyarakat awam. Adapun cara saya menyikapi ujaran kebencian dengan sabar, intiya bahwa manusia itu tidak ada yang sempurna, jadi kesempurnaan itu hanya milik Allah SWT kalo pun ada yang benci yang kurang senang dengan kita bersabar mudah-mudahan suatu ketika mereka juga sadar bahwa apa yang saya sampaikan itu untuk kemaslahatan umat dan dengan mengakui keunggulan lawan, bila lawan kita lebih baik dari kita, kita akui, itu yang namanya sportifitas elegan dan anggap tim lawan adalah kawan-kawan semua. Selanjutnya Kalimat yang paling saya hindari yakni ujaran kebencian, tidak boleh menjelekkkan orang lain, itu kalimat yang paling saya hindari.¹⁴⁴

Sedangkan Informan dari tim keluarga dan tim relawan Herliansyah, S,H., M,H mereka menyatakan bahwa dalam melakukan kampanye mereka langsung menyampaikan inti dari kedatangan mereka kerumah-rumah masyarakat yakni untuk meminta dukungan suara dari masyarakat dan pemuda di Desa Bungamas, Desa Muara Danau, dan Desa Patikal Lama.

Berdasarkan hasil desain dan penyusunan pesan Herliansyah, SH., MH,dan timnya menggunakan desain dan penyusunan pesan

¹⁴⁴Wawancara Dengan Herliansyah SH., MH, Selaku Ketua DPR Kabupaten Lahat Tahun 2014 S/D 2019, 11 Mei 2019.

serta prinsip-prinsip komunikasi Islam seperti *Qaulan Layyinan*, *Qaulan Ma'rufan*, *Qaulan Sadidan*, *Qaulan Maysuran*, *Qaulan Tsaqilan*, dan *Qaulan Balighan* guna memperlumda mempengaruhi sasaran yang akan dituju, sehingga dalam penggunaan strategi komunikasi dapat berjalan dengan baik dan efektif.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Komunikasi Politik yang digunakan Bapak Herliansyah, SH., MH dalam memenangkan suara di Kabupaten Lahat.

a. Pesan Politik Herliansyah, SH., MH sampaikan saat kampanye.

Menurut peneliti komunikasi politik Herliansyah SH., MH, dalam memenangkan suara menggunakan fungsi informasi yang menunjukkan bahwa Herliansyah SH., MH, menyampaikan informasi seperti visi, misi, program kerja, dan bapak Herliansyah SH., MH, juga menyampaikan pesan yang baik bahwa politik itu baik dalam mencari kader atau yang lain dan pilihlah orang yang dekat hatinya serta dikenal.

b. Pesan khusus kampanye Herliansyah, S.H., M.H.

Menurut peneliti komunikasi politik Herliansyah SH., MH, dalam memenangkan suara menggunakan fungsi pendidikan yang menunjukkan bahwa Herliansyah SH., MH, telah menyampaikan dengan jelas bahwa calon yang dikenal dapat terbukti kinerjanya sehingga tidak salah memilih, seperti istilah jangan membeli kucing dalam karung. dan Herliansyah SH., MH, dalam hal ini juga sangat

menekankan kepada masyarakat umum bahwa pilihlah calon yang memang benar-benar baik dan dikenal oleh masyarakat untuk dijadikan pemimpin.

c. Tim kampanye Herliansyah, S.H., M.

Menurut peneliti komunikasi politik Herliansyah SH., MH, dalam memenangkan suara menggunakan fungsi intruksi yang menunjukkan bahwa Herliansyah SH., MH, jelas menggunakan fungsi intruksi untuk membantunya dalam mencari suara dan meringankan pekerjaannya. seperti saksi saat pemilu berlangsung, tim keluarga membantu mencari massa dan dibantu dengan tim relawan serta tidak terlepas dari bantuan partai.

d. Teknik menarik simpati masyarakat di Pileg 2014-2019.

Menurut peneliti komunikasi politik Herliansyah SH., MH, dalam memenangkan suara menggunakan fungsi persuasi yang menunjukkan bahwa Herliansyah SH., MH dan timnya, telah menggunakan fungsi ini guna memenangkan suara dengan membangun komunikasi dengan masyarakat baik via telpon atau datang langsung yang sifatnya membujuk.

e. Entertainment Herliansyah, S.H., M,H dalam kampanye.

Menurut peneliti komunikasi politik Herliansyah SH., MH, dalam memenangkan suara menggunakan fungsi hiburan yang menunjukkan bahwa Herliansyah SH., MH, menggunakan fungsi hiburan dalam memenangkan suara, dimana hiburan disini seperti:

nonton bareng, orgen, mendatangkan penceramah, dan lain sebagainya.

f. Strategi menyusun pesan kampanye persuasif.

Menurut peneliti komunikasi politik Herliansyah SH., MH, dalam memenangkan suara menggunakan pesan yang menunjukkan bahwa Herliansyah SH., MH dan timnya, pesan yang disampaikan agar Herliansyah SH., MH, dapat terpilih, menyampaikan bahwa politik itu alat untuk kemaslaatan umat bukan untuk kepentingan pribadi dan untuk memperjuangkan aspirasi masyarakat.

g. Media kampanye Herliansyah, S.H., M.H.

Menurut peneliti komunikasi politik bapak Herliansyah SH., MH, dalam memenangkan suara melakukan penyeleksian saluran/media yang menunjukkan bahwa bapak Herliansyah SH., MH dan timnya telah menggunakan media guna memenangkan suara. adapun media yang digunakan berupa: spanduk, baliho, stiker, kalender, media cetak (Koran), media online (berita inline), baju, sopendir, sembako, bendera, sarung, dan lainnya.

h. Khalayak kampanye Herliansyah, S.H., M.H.

Menurut peneliti komunikasi politik Herliansyah SH., MH, dalam memenangkan suara menggunakan komponen penerima yang menunjukkan bahwa Herliansyah SH., MH telah membagi siapa saja penerima dari pesan yang disampaikannya agar dapat memenangkan

suara, adapun penerima disini seperti: kaum milenial, kelompok majelis taklim dan takziah, masyarakat umum, dan daerah trans.

i. Respon masyarakat saat berkampanye.

Menurut peneliti komunikasi politik Herliansyah SH., MH, dalam memenangkan suara menggunakan effect yang menunjukkan bahwa Herliansyah SH., MH dan timnya serta masyarakat sangat antusias dan dapat memahami dengan jelas apa yang disampaikan oleh Herliansyah SH., MH dan timnya untuk memenangkan suara di Kabupaten Lahat.

2. Strategi Komunikasi Islam yang digunakan Bapak Herliansyah, SH., MH dalam memenangkan suara di Kabupaten Lahat

a. Persiapan sebelum kampanye.

Menurut peneliti strategi komunikasi Islam Herliansyah SH., MH, dalam memenangkan suara melakukan pengumpulan data dasar dan perkiraan kebutuhan yang menunjukkan persiapan apa saja yang Herliansyah SH., MH, dan timnya lakukan, seperti: melakukan persiapan baik fisik, moriel, material, tempat berkumpul (posko), tenaga, kesehatan, baliho, bendera dan sebagainya.

b. Khalayak dan tujuan berkampanye Herliansyah, S.H., M.H.

Menurut peneliti strategi komunikasi Islam Herliansyah SH., MH, dalam memenangkan suara melakukan perumuskan sasaran dan tujuan komunikasi yang menunjukkan siapa saja sasaran (masyarakat) dan tujuan dilakukannya kampanye. untuk sasaran Herliansyah SH.,

MH, membaginya menjadi tiga kelompok, seperti kaum milenial (anak muda), pendukung partai yang militant dan , masyarakat umum, dengan tujuan dapat menarik simpati masyarakat untuk memilihnya.

c. Teknik merumuskan pesan saat berkampanye

Menurut peneliti strategi komunikasi Islam Herliansyah, S.H., M.H, dalam memenangkan suara melakukan perencanaan dan menyusun strategi dengan membentuk tim internal solid yang terdiri dari tim keluarga dan tim relawan yang tidak terlepas dari dukungan dan bantuan tim partai.

d. Prinsip berkampanye Herliansyah, S.H., M.H.

Menurut peneliti strategi komunikasi Islam Herliansyah SH., MH, dalam memenangkan suara melakukan menganalisis khalayak dan segmentasi yang disampaikan langsung oleh Herliansyah SH., MH, serta menunjukkan kelompok yang akan dikampanyeinya seperti kaum milenial, pendukung partai yang militant, masyarakat umum dan apa saja yang akan dia sampaikan berupa visi, misi, program kerja dan bila Herliansyah SH., MH, terpilih nanti dia akan menyampaikan aspirasi masyarakat kepada pemerintah sehingga apa yang diinginkan oleh masyarakat luas dapat direalisasikan oleh pemerintah. seperti pembangunan fisik berupa gang-gang kecil dan siring serta lainnya. Dengan menggunakan prinsip-prinsip komunikasi Islam, seperti *Qaulan Layyinan* (lemah lembut), *Qaulan Ma'rufan* (baik/lugas), *Qaulan Ladidan* (tegas/tidak berbohong), *Qaulan Maysuran* (padat/mudah

diterima), serta *Qaulan Tsaqilan* (tidak bertele-tele/berbobot), lebih sifatnya kebujukan.

e. Strategi kampanye Herliansyah, S.H., M.H.

Menurut peneliti strategi komunikasi Islam Herliansyah SH., MH, dalam memenangkan suara menentukan desain dan penyusunan pesan yang menunjukkan bahwa Herliansyah SH., MH, menggunakan prinsip-prinsip komunikasi Islam, seperti *Qaulan Layyinan* (lemah lembut), *Qaulan Ma'rufan* (baik/lugas), *Qaulan Ladidan* (tegas/tidak berbohong), *Qaulan Maysuran* (padat/mudah diterima), *Qaulan Tsaqilan* (tidak bertele-tele/berbobot) *Qaulan Balighan* (bijaksana dan penuh nasihat yang baik), serta *Qaulan Auziman* (tidak menghina, dan menghindari *su'uzhon*).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Komunikasi politik yang digunakan Herliansyah SH., MH dalam memenangkan suara di Kabupaten Lahat dengan cara menyampaikan visi, misi, dan program kerja, pilihlah calon yang sudah dikenal dan terbukti kinerjanya, menunjuk saksi partai saat pemilihan berlangsung, menunjuk tim keluarga serta menggunakan alat kampanye seperti kain, kartu nama, memberikan hiburan seperti nonton bareng. Dengan menyampaikan pesan bahwa politik itu untuk kemaslahatan umat bukan untuk kepentingan pribadi dan untuk memperjuangkan aspirasi masyarakat.

Strategi komunikasi Islam yang digunakan Herliansyah SH., MH dalam memenangkan suara di Kabupaten Lahat dengan cara melakukan persiapan fisik, material dan perlengkapan kampanye, merumuskan sasaran dan tujuan komunikasi saat melakukan kampanye, membentuk tim internal, menggunakan media dan menyampaikan informasi dengan menggunakan prinsip-prinsip komunikasi Islam seperti *Qaulan Layyinan* (lemah lembut), *Qaulan Ma'rufan* (baik/lugas), *Qaulan Ladidan* (tegas/tidak berbohong), *Qaulan Maysuran* (padat/mudah diterima), *Qaulan Tsaqilan* (tidak bertele-tele/berbobot) *Qaulan Balighan* (bijaksana dan penuh nasihat yang baik), serta *Qaulan Auziman* (tidak menghina, dan menghindari *su'uzhon*).

B. Saran

Dari kesimpulan diatas, peneliti memberikan saran kepada Herliansyah SH., MH untuk kedepannya bila mencalonkan diri lagi lebih memanfaatkan media online seperti media sosail (facebook, instagram, whatsapp, dan lainnya) untuk mendukung dalam melakukan kampanye, karena pada zaman saat ini kelompok anak muda dan milenial tidak tertarik bila menggunakan strategi yang bapak gunakan. anak muda dan milenial lebih menyukai yang praktis dan tidak ribet dengan begitu untuk berkamapnye kepada kelompok anak muda dan kaum milenial serta masyarakat umum pun bisa dengan muda dipahami.

Adapun untuk peneliti selanjutnya peneliti memberikan saran jika ingin melakukan penelitian yang sama maka sebaiknya jangan hanya meneliti anggota legislatifnya saja tapi cobalah untuk meneliti capres atau cawapres, karena ilmu yang akan didapat akan lebih banyak dan pengetahuan tentang politik akan bertambah.

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Agama RI. 2010. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: CV Penerbit Di Ponorogo.
- Bastian, Indra. 2007. *Akutansi untuk LSM dan Partai Politik*. Jakarta: ERLANGGA.
- Cangara, Hafied. 2016. *Komunikasi Politik (Konsep, Teori, dan Strategi)*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Remaja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kedua*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Canggara, Hafied. 2009. *Komunikasi Politik Konsep, Teori dan Strategi*. Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Damsar. 2010. *Pengantar Sosiologi Politik*. Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.
- Fiske, Jhon. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Gatara, A.A. Sahid. 2008. *Ilmu Politik (Memahami dan Menerapkan)*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA.
- Harun, Rochajat dan Sumarno. 2006. *Komunikasi Politik Sebagai Suatu Pengantar*. Bandung: CV MANDIRI MAJU.
- Hefni, Harjani. 2015. *Komunikasi Islam*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Ilaihi Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Kaelan. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Filsafat*. Yogyakarta: Paradigma.
- Kurnia Syah Putra, Dedi. 2015. *Komunikasi CSR Politik Membangun Reputasi, Etika, dan Estetika PR Politik*. Jakarta: PRENADAMEDIA.
- Marbun, B. N. 1996. *Kamus Politik*. Jakarta: PT Midas Surya Grafindo.
- MeNair, Brian. 2015. *"Pengantar Komunikasi Politik"*. Bandung: Nusa Media.

- Moleong, Lexy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mufid, Muhammad, 2007. *Komunikasi dan Religius Penyiaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Muhammad Arni. 2009. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: BUMI AKSARA.
- Mulyana, Deddy. 2011. *Komunikasi Kontekstual (Teori dan Praktis Komunikasi Kontemporer)*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Nimmo, Dan. 2008. *Komunikasi Politik Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Santoso, H. 2007. *Kumpulan Surat Keputusan Komisi Pemilihan Umum*. KotaLubukLinggau: Komisi Pemilihan Umum.
- Sari M, Irma. 2010. *Berkomunikasi*. Yogyakarta; PT Intan Sejati Klaten.
- Sitepu, P. Anthonius. 2012. *Studi Ilmu Politik*. Yogyakarta: GRAHA ILMU.
- Suhandang, Kustadi. 2014. *Strategi Dakwah (Penerapan Strategi Komunikasi dalam Dakwah)*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Suryadi, Edi. 2018. *Strategi Komunikasi Sebuah Analisa Teori dan Praktis di Era Global*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Taufik, M. Tata. 2012. *Etika Komunikasi Islam*. Bandung: Pustaka Setia.
- Uchyana Effendi, Onong, 2003. *Ilmu Komunkasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.

Sumber Skripsi

- Jamil, Fadli. 2016. “*Strategi Komunikasi Politik Pilkada Gowa 2015 (Studi Kasus Kemenangan Adnan Pirichta Ichsan Yasin Limpo. S.H dan H. Abd Rauf Malaganni, S.Sos., M. Si)*.” Makassar: Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.
- Lestari, Wiwin. 2015. “*Wacana Kampanye Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) Sebagai Komunikasi Politik Dalam Pemilihan Umum Legislatif 2014 Di Yogyakarta*.” Yogyakarta: Skripsi Sarjana, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga.
- Pratama Saputra, Debie. 2015. “*Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Dari Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) Menuju Pemilu 2014 Di Kabupaten Kubar*.” Jurnal Ilmu Komunikasi Fisip UNMUL.

Subekti, Fitriyani. 2015. "*Strategi Kampanye Anggota Legislatif DPRD Kabupaten Bantul V Pada Pileg 2014*". Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga.

Sumber Internet

Situs website resmi KPU Kabupaten Lahat melalui www.kpu.lahatkab.go.id, diakses pada tanggal 28 September 2018, pukul 16:36 WIB.

L

A

M

P

I

R

A

N

DOKUMENTASI WAWANCARA DENGAN INFORMAN

Wawancara dengan Bapak Herliansyah SH., MH, Ketua DPRD Kabupaten Lahat Periode 2014 s/d 2019



Wawancara dengan Faridah Nur Khasanah Tim Keluarga bapak Herliansyah SH., MH Desa Bungamas.



Wawancara dengan Ahmad Adi Saputra Tim Relawan bapak Herliansyah SH., MH Desa Bungamas.



Wawancara dengan Nurila Masyarakat Desa Bungamas



Wawancara dengan Ahmad Sadli Tim
Keluarga bapak Herliasnyah SH., MH Desa
Muara Danau.



Wawancara dengan Ferdi Tim
Relawan bapak Herliasnyah SH., MH Desa Muara Danau.



Wawancara dengan Nelly Nerti
Masyarakat Desa Muara Danau.



Wawancara dengan Nawawi Tim
Keluarga bapak Herliasnyah SH., MH
Desa Patikal Lama.



Wawancara dengan Sulaiman Effendi
Tim Relawan bapak Herliasnyah SH.,
MH Desa Patikal Lama.



Wawancara dengan Disut
Masyarakat Desa Patikal Lama



REKAPITULASI PEROLEHAN SUARA DAPIL V

REKAPITULASI PEROLEHAN SUARA DAPIL V

KABUPATEN LAHAT TAHUN 2014

Partai	Daerah	Peserta Pemilihan	Perolehan Suara	Perolehan Suara	Perolehan Suara	Perolehan Suara
PARTAI DEMOKRASI INDONESIA	DAERAH I	1. H. H. H. H.	100	100	100	100
		2. H. H. H. H.	100	100	100	100
		3. H. H. H. H.	100	100	100	100
		4. H. H. H. H.	100	100	100	100
PARTAI KEMERDEKAAN INDONESIA	DAERAH II	1. H. H. H. H.	100	100	100	100
		2. H. H. H. H.	100	100	100	100
		3. H. H. H. H.	100	100	100	100
		4. H. H. H. H.	100	100	100	100
PARTAI GERAKAN MASYARAKAT	DAERAH III	1. H. H. H. H.	100	100	100	100
		2. H. H. H. H.	100	100	100	100
		3. H. H. H. H.	100	100	100	100
		4. H. H. H. H.	100	100	100	100
PARTAI NASIONAL	DAERAH IV	1. H. H. H. H.	100	100	100	100
		2. H. H. H. H.	100	100	100	100
		3. H. H. H. H.	100	100	100	100
		4. H. H. H. H.	100	100	100	100

DAFTAR CALON TERPILIH ANGGOTA LEGISLATIF KABUPATEN LAHAT TAHUN 2014

DAFTAR CALON TERPILIH ANGGOTA DPRD KABUPATEN LAHAT TAHUN 2014

No	Nama Calon Terpilih	Partai	Daerah	Perolehan Suara
1	H. H. H. H.	PDI	DAERAH I	100
2	H. H. H. H.	PDI	DAERAH I	100
3	H. H. H. H.	PDI	DAERAH I	100
4	H. H. H. H.	PDI	DAERAH I	100
5	H. H. H. H.	PDI	DAERAH I	100
6	H. H. H. H.	PDI	DAERAH I	100
7	H. H. H. H.	PDI	DAERAH I	100
8	H. H. H. H.	PDI	DAERAH I	100
9	H. H. H. H.	PDI	DAERAH I	100
10	H. H. H. H.	PDI	DAERAH I	100
11	H. H. H. H.	PDI	DAERAH I	100
12	H. H. H. H.	PDI	DAERAH I	100
13	H. H. H. H.	PDI	DAERAH I	100
14	H. H. H. H.	PDI	DAERAH I	100
15	H. H. H. H.	PDI	DAERAH I	100
16	H. H. H. H.	PDI	DAERAH I	100
17	H. H. H. H.	PDI	DAERAH I	100
18	H. H. H. H.	PDI	DAERAH I	100
19	H. H. H. H.	PDI	DAERAH I	100
20	H. H. H. H.	PDI	DAERAH I	100

REKAPITULASI PEROLEHAN SUARA PARTAI PESERTA PEMILU LEGISLATIF 2014

REKAPITULASI PEROLEHAN SUARA PARTAI POLITIK PESERTA PEMILU LEGISLATIF 2014
UNTUK : DPRD KABUPATEN LAHAT
KABUPATEN LAHAT

NO	KEKAMATAN	TOTAL SUARA SAH	PEROLEHAN SUARA PARTAI																											
			1		2		3		4		5		6		7		8		9		10		11		12					
			Partai	%	Partai	%	Partai	%	Partai	%	Partai	%	Partai	%	Partai	%	Partai	%	Partai	%	Partai	%	Partai	%	Partai	%				
1	Laoh	88.183	6.867	7,79%	4.638	5,26%	3.919	4,44%	9.888	11,21%	5.917	6,71%	4.989	5,66%	8.821	10,00%	2.880	3,27%	2.911	3,31%	2.712	3,08%	5.344	6,05%	2.252	2,56%				
2	LAHAT DAMPAK	38.191	8.461	22,16%	4.038	10,57%	3.819	10,00%	9.888	25,89%	1.217	3,19%	2.880	7,56%	3.221	8,43%	3.221	8,43%	2.912	7,64%	2.713	7,14%	5.345	14,00%	2.253	5,90%				
3	Musajid Bener	12.848	1.233	9,60%	948	7,38%	619	4,78%	1.800	14,01%	2.880	22,42%	488	3,79%	1.288	10,00%	800	6,23%	1.288	10,00%	471	3,67%	81	0,63%	158	1,23%				
4	Musajid Bener	4.884	118	2,42%	276	5,65%	133	2,72%	338	6,92%	1.888	38,66%	444	9,10%	478	9,80%	788	16,14%	300	6,14%	338	6,92%	21	0,43%	37	0,76%				
5	Musajid Tebu	11.700	888	7,59%	1.888	16,14%	1.033	8,83%	2.181	18,64%	788	6,73%	2.878	24,59%	1.888	16,14%	38	0,33%	2.547	21,77%	342	2,92%	171	1,46%	181	1,55%				
6	LAHAT DAMPAK 2	18.348	2.881	15,70%	1.814	9,89%	1.788	9,75%	3.888	21,24%	3.888	21,24%	2.880	15,70%	2.880	15,70%	2.880	15,70%	2.880	15,70%	2.880	15,70%	2.880	15,70%	2.880	15,70%	2.880	15,70%		
7	Harapan Kita	5.888	431	7,32%	232	3,92%	111	1,88%	487	8,27%	47	0,79%	47	0,79%	881	14,98%	881	14,98%	77	1,31%	228	3,89%	488	8,27%	81	1,37%	87	1,47%		
8	Partai Pribumi	7.278	1.888	25,94%	138	1,88%	381	5,23%	1.888	25,94%	178	2,44%	178	2,44%	1.888	25,94%	1.888	25,94%	1.888	25,94%	1.888	25,94%	1.888	25,94%	1.888	25,94%	1.888	25,94%		
9	Partai Demokrasi	1.278	218	17,06%	42	3,29%	33	2,59%	1.888	14,78%	188	14,78%	188	14,78%	227	17,84%	488	38,26%	338	26,45%	178	13,93%	81	6,34%	81	6,34%	158	12,36%		
10	Partai Nasional	6.181	281	4,55%	488	7,89%	881	14,25%	388	6,27%	1.888	30,54%	1.888	30,54%	388	6,27%	388	6,27%	488	7,89%	488	7,89%	178	2,88%	178	2,88%	178	2,88%		
11	Partai Kebangkitan	7.281	381	5,23%	881	12,10%	77	1,06%	471	6,47%	181	2,48%	181	2,48%	181	2,48%	181	2,48%	181	2,48%	181	2,48%	181	2,48%	181	2,48%	181	2,48%	181	2,48%
12	Partai Nasional	18.881	781	4,14%	33	0,17%	881	4,67%	381	2,02%	1.888	10,00%	1.888	10,00%	1.888	10,00%	1.888	10,00%	1.888	10,00%	1.888	10,00%	1.888	10,00%	1.888	10,00%	1.888	10,00%		
13	LAHAT DAMPAK 3	41.371	8.888	21,49%	2.218	5,36%	3.888	9,40%	4.888	11,81%	6.888	16,65%	1.217	2,94%	2.880	7,00%	3.221	7,81%	3.221	7,81%	2.912	7,14%	5.345	12,91%	2.253	5,45%				
14	Partai Berkah Perti	3.227	1.188	36,85%	1.188	36,85%	881	27,30%	1.888	58,56%	1.888	58,56%	1.888	58,56%	1.888	58,56%	1.888	58,56%	1.888	58,56%	1.888	58,56%	1.888	58,56%	1.888	58,56%	1.888	58,56%		
15	Partai Berkah Perti	3.888	881	22,66%	881	22,66%	33	0,85%	33	0,85%	33	0,85%	33	0,85%	33	0,85%	33	0,85%	33	0,85%	33	0,85%	33	0,85%	33	0,85%	33	0,85%	33	0,85%
16	Partai Berkah Perti	1.788	881	49,27%	488	27,30%	371	20,76%	1.888	105,03%	1.888	105,03%	1.888	105,03%	1.888	105,03%	1.888	105,03%	1.888	105,03%	1.888	105,03%	1.888	105,03%	1.888	105,03%	1.888	105,03%		
17	Partai Berkah Perti	11.288	1.888	16,64%	881	7,79%	33	0,29%	3.888	34,46%	3.888	34,46%	3.888	34,46%	3.888	34,46%	3.888	34,46%	3.888	34,46%	3.888	34,46%	3.888	34,46%	3.888	34,46%	3.888	34,46%		
18	Partai Berkah Perti	3.188	881	27,64%	181	5,68%	338	10,57%	1.888	59,25%	1.888	59,25%	1.888	59,25%	1.888	59,25%	1.888	59,25%	1.888	59,25%	1.888	59,25%	1.888	59,25%	1.888	59,25%	1.888	59,25%		
19	Muhammadiyah	4.881	781	16,19%	171	3,50%	488	10,00%	1.218	24,95%	1.888	38,68%	1.888	38,68%	1.888	38,68%	1.888	38,68%	1.888	38,68%	1.888	38,68%	1.888	38,68%	1.888	38,68%	1.888	38,68%		
20	LAHAT DAMPAK 4	48.818	7.888	16,17%	2.811	5,76%	2.217	4,54%	3.888	7,96%	5.888	12,06%	1.217	2,49%	2.880	5,90%	3.221	6,58%	3.221	6,58%	2.912	5,97%	5.345	10,95%	2.253	4,61%				
21	Harapan Kita	3.888	381	9,80%	33	0,85%	338	8,69%	1.888	48,56%	1.888	48,56%	1.888	48,56%	1.888	48,56%	1.888	48,56%	1.888	48,56%	1.888	48,56%	1.888	48,56%	1.888	48,56%	1.888	48,56%		
22	Partai Berkah Perti	3.911	1.888	48,27%	1.888	48,27%	881	22,53%	1.888	48,27%	1.888	48,27%	1.888	48,27%	1.888	48,27%	1.888	48,27%	1.888	48,27%	1.888	48,27%	1.888	48,27%	1.888	48,27%	1.888	48,27%		
23	Partai Berkah Perti	3.824	181	4,73%	1.888	49,37%	471	12,32%	881	23,03%	1.888	49,37%	1.888	49,37%	1.888	49,37%	1.888	49,37%	1.888	49,37%	1.888	49,37%	1.888	49,37%	1.888	49,37%	1.888	49,37%		
24	Partai Berkah Perti	3.888	481	12,37%	881	22,66%	118	3,03%	338	8,69%	1.888	48,56%	1.888	48,56%	1.888	48,56%	1.888	48,56%	1.888	48,56%	1.888	48,56%	1.888	48,56%	1.888	48,56%	1.888	48,56%		
25	Partai Berkah Perti	18.218	881	4,83%	1.188	6,52%	788	4,33%	2.478	13,60%	1.888	10,37%	1.888	10,37%	1.888	10,37%	1.888	10,37%	1.888	10,37%	1.888	10,37%	1.888	10,37%	1.888	10,37%	1.888	10,37%		
26	Partai Berkah Perti	4.781	117	2,45%	338	7,07%	338	7,07%	371	7,76%	881	18,42%	881	18,42%	881	18,42%	881	18,42%	881	18,42%	881	18,42%	881	18,42%	881	18,42%	881	18,42%		
27	LAHAT DAMPAK 5	38.222	4.187	10,96%	4.881	12,77%	2.488	6,51%	1.217	3,18%	9.888	25,84%	1.217	3,18%	2.880	7,56%	3.221	8,43%	3.221	8,43%	2.912	7,64%	5.345	14,00%	2.253	5,90%				
28	Jumlah	228.181	24.788	10,87%	18.888	8,28%	11.888	5,21%	54.888	24,06%	38.181	16,73%	20.881	9,15%	17.888	7,84%	17.187	7,53%	16.217	7,11%	14.888	6,53%	11.888	5,21%	12.217	5,35%	4.218	1,85%		

CATATAN
Presentase Perolehan Suara Partai dihitung berdasarkan Jumlah Suara Sah

ALAT PERAGA KAMPANYE (APK)



Baju Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP)



(iklan ini berbayar)



(iklan ini berbayar)



(iklan ini berbayar)



(iklan partisipasi)

Iklan



Kartu Nama

KANTOR SEKRETARIAT PDI-P



RUMAH KEDIAMAN BAPAK HERLIANSYAH S.H, M.H. DI KOTA LAHAT dan DESA BUNGAMAS KEC. KIKIM TIMUR KAB. LAHAT



TUGU KOTA LAHAT



GERBANG SELAMAT DATANG DI KOTA LAHAT



FOTO BAPAK HERLIANSYAH SH., MH,



FOTO GEDUNG DPRD KABUPATEN LAHAT



PROFIL INFORMAN

Informan dalam penelitian ini berjumlah 10 orang. Peneliti akan menjelaskan profil informan penelitian. Identitas informan dicantumkan secara jelas, pada profil informan dicantumkan nama, usia, pendidikan, jenis kelamin, alamat dan pekerjaan.

1. Herliansyah SH., MH, adalah seorang ayah yang menjadi informan primer peneliti yang berusia 45 tahun, informan telah menyelesaikan study masternya (S2) di universitas muhammadiyah Palembang pada tahun 2012. Yang saat ini tinggal di Jln Citra Prumnas Kapling Block C Gang Rambutan RT.11 RW.04 Kelurahan Bandar Jaya Kabupaten Lahat. Dengan pekerjaan saat ini ketua Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), advokat (pengacara) dan saat ini sedang menunggu keputusan dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) untuk hasil suara pencalonannya di DPRD Provinsi.
2. Farida Nur Khasanah adalah seorang ibu dari tiga orang anak, yang berusia 36 tahun, dengan pendidikan terakhir yang ditempuh yakni SMA Negeri 01 Kikim Timur Kab. Lahat. Saat ini tinggal di desa Bungamas. Dengan pekerjaan ibu rumah tangga.
3. Ahmad Adi Saputra adalah seorang pemuda yang berusia 22 tahun, pendidikan terakhir nya adalah SMA Negeri 1 Kikim Timur Kab. Lahat, ia juga kuliah semester enam di Universitas Terbuka di Kab. Lahat. Saat in tinggal di desa Bungamas. Dengan pekerjaan wiraswasta.

4. Nurilah adalah seorang ibu dari dua orang anak, yang berusia 46 tahun, dengan pendidikan terakhir yang ditempuh yakni SMA Negeri 01 Kikim Timur Kab. Lahat. Saat ini tinggal di desa Bungamas. Dengan pekerjaan ibu rumah tangga.
5. Ahmad Sadli adalah seorang ayah dari dua orang anak, yang berusia 47 tahun, dengan pendidikan terakhir yang ditempuh yakni SMA Negeri 1 Kikim Timu Saat ini tinggal di desa Muara Danau. Dengan pekerjaan wiraswasta.
6. Ferdi adalah seorang pemuda yang berusia 20 tahun, dengan pendidikan terakhir yang ditempuh yakni SMA Negeri 01 Kikim Timur Kab. Lahat. Saat ini tinggal di desa Muara Danau. Dengan pekerjaan wiraswasta.
7. Nelly Nerti adalah seorang ibu dari dua orang anak, yang berusia 44 tahun, dengan pendidikan terakhir yang ditempuh yakni S1 Keuangan Perbankan di Universitas Dehasen Bengkulu. Saat ini tinggal di desa Muara Danau. Dengan pekerjaan Honorer K2 di SMA Negeri 1 Kikim Timur Kab. Lahat.
8. Nawawi adalah seorang ayah dari tiga orang anak, yang berusia 68 tahun, dengan pendidikan terakhir yang ditempuh yakni SMA Negeri 01 Kikim Timur Kab. Lahat. Saat ini tinggal di desa Patikal Lama. Dengan pekerjaan wiraswasta.
9. Sulaiman Effendi adalah seorang ayah dari satu orang anak, yang berusia 30 tahun, dengan pendidikan terakhir yang ditempuh yakni SMA Negeri 01 Kikim Timur Kab. Lahat. Saat ini tinggal di desa Patikal Lama. Dengan pekerjaan wiraswasta.

10. Disut adalah seorang ayah dari dua orang anak, yang berusia 35 tahun, dengan pendidikan terakhir yang ditempuh yakni SMA Negeri 01 Kikim Timur Kab. Lahat. Saat ini tinggal di desa Patikal Lama. Dengan pekerjaan wiraswasta.

BIOGRAFI PENULIS



SRI RESKA APRIANA Lahir di kota Lahat pada tanggal 29 April 1997, merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara. Penulis yang sehari-hari sering dipanggil IKA merupakan buah hati dari pasangan Bapak Sunarman, S.Pd dan ibu Fitriani. Riwayat pendidikan penulis sejak SD sampai pada perguruan tinggi adalah : SD Negeri 1 Kikim Timur, SMP Negeri 1 Kikim Timur, SMA Negeri 1 Kikim Timur dan Perguruan tinggi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, Jurusan Dakwah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI).

Penulis juga aktif di kegiatan organisasi baik ketika masih duduk di bangku sekolah maupun di bangku kuliah. Adapun pengalaman organisasi penulis adalah: Ketua Bidang Rohis SMP Negeri 1 Kikim Timur, Anggota Drum Band SMP Negeri 1 Kikim Timur, Ketua Kabid Kewirausahaan SMA Negeri 1 Kikim Timur, Anggota Rohis SMA Negeri 1 Kikim Timur, Anggota Taekwondo SMA Negeri 1 Kikim Timur, Anggota Drumband SMA Negeri 1 Kikim Timur dan Anggota DEMA Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Bengkulu tahun 2017-2018

Penulis adalah seorang yang memiliki hobby traveling. Demikian biografi singkat penulis, semoga apa yang peneliti lakukan bisa memberi motivasi dan sumber belajar, dan tidak terhenti sampai disini. Amin Allahuma Amin.