

PENGARUH STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PKS TERHADAP SIKAP PEMILIH MUSLIMPADA PILKADA DEPOK JAWA BARAT TAHUN 2020

Dicky Salahuddin
Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR

Abstract

The 2020 Depok elections can be considered a real threat to PKS hegemony after about 15 years in power in Depok. This is because PKS was dealing with a large coalition driven by two great parties with a lot of election logistics, namely the Gerindra Party and the PDI-P. Meanwhile, Depok has been known as the PKS basis in Indonesia. This study aims to determine the effect of the PKS propaganda communication strategy on the attitudes of Muslim voters in the 2020 Depok elections. Based on the results of the research conducted, it can be concluded that there is a strong influence between the PKS propaganda communication strategy on the attitudes of Muslim voters in the Depok elections. PKS as a communicator makes a good communication strategy to Muslim voters. The positive response of Muslim voters to the PKS da'wah communication strategy is marked by the stimulus provided, which is accepted by voters as communicants. A positive result in the 2020 Depok Depok election means that for the fourth time, PKS has succeeded in bringing its stretcher to the Depok city city election and placing their cadres as Depok mayors

Keywords

Strategi, Komunikasi
Dakwah, PKS, Pilkada

Correspondence Contact

dicky.s@lspr.edu

PENDAHULUAN

Pendahuluan Nabi Muhammad SAW membawa ajaran Islam untuk disampaikan kepada seluruh manusia. Ajaran ini sangat luas, mencakup semua dimensi kehidupan. Tak hanya soal keyakinan dan ibadah, ajaran Islam juga menyangkut praktek kehidupan manusia dalam kesehariannya, seperti ideologi, politik, ekonomi, sosial, dan budaya.

Untuk mengenalkan dan menyebarkan ajaran Islam ini, maka diperlukan kegiatan dakwah. Islam dan dakwah adalah satu unit yang tidak mungkin dipisahkan. Dakwah merupakan unsur yang mesti ada dalam kehidupan pemilih muslim. Dakwah menjadi keharusan bagi pemilih muslim, baik pria ataupun wanita. Berdakwah dapat dilakukan secara perseorangan ataupun berorganisasi. Perintah ini tertulis ini dalam kitab suci Al-Qur'an pada surat Ali Imran, ayat 104, yang artinya :

Dan hendaklah di antaramu ada segolongan orang yang menyeru (berdakwah) kepada kebaikan, menyuruh yang ma'ruf (baik), dan melarang dari yang perbuatan mungkar. Dan mereka itu ialah orang-orang yang beruntung (Sanusi, Mundofir., Syaikhu, 2014). Di antara cara yang cukup ampuh untuk berdakwah adalah dengan melakukan dakwah siyasah (dakwah politik). Dakwah siyasah adalah strategi lain dalam berdakwah yang menggunakan partai politik dengan membawa misi Islam. Dakwah politik tetap bertujuan untuk memperjuangkan Islam dengan menjadikan kekuasaan, birokrasi, kekuatan politik sebagai media dakwah yang utama. Secara sederhana, dakwah politik adalah gerakan dakwah yang terdapat di lingkaran kekuasaan (Supriatna et al., 2016). Para penggiat dakwah memproklamkan berdirinya Partai Keadilan atau PK dengan basis massa Islam di Indonesia pada tanggal 20 Juli 1998 atau bersesuaian dengan tanggal 26 Rabi'ul Awwal 1419

Hijriyah. Tujuan pendirian partai adalah untuk meningkatkan kesadaran umat terhadap keberadaan dirinya dan terhimpun dalam sebuah barisan yang solid, kuat dan teratur. Dalam pandangan para aktivis gerakan dakwah, partai yang sebenarnya ialah partai yang memiliki cita-cita untuk memperjuangkan agama Allah SWT.

Setelah pemilu perdana di era reformasi yaitu pemilu tahun 1999, didapat data bahwa PK hanya memperoleh 1.436.565 (1,4%) suara. Berdasarkan Undang-Undang Pemilu Nomor 3 tahun 1999, partai dakwah ini tidak bisa ikut serta dalam pemilu 2004 sebab tidak bisa memenuhi syarat batas minimal 2% (electoral threshold) perolehan suara pada pemilihan umum 1999. Solusi agar PK tetap dapat berpartisipasi pada pemilu berikutnya adalah PK berubah menjadi PKS (Partai Keadilan Sejahtera) pada tanggal 20 April 2002. (Rahmat, 2008) Sejak pertama kali berpartisipasi dalam pemilu pada tahun 1999 hingga pemilu 2019, hanya sekali Partai Keadilan Sejahtera merasakan penurunan perolehan suara. Bahkan pada pemilu 2019 ini, di luar perhitungan lembaga survei yang mayoritas menyatakan bahwa suara PKS tidak mampu menembus batas parlemen 4 persen, ternyata PKS dapat meraih 8,21 persen suara (Dariyanto, 2019)



Salah satu sebab keberhasilan PKS dalam menaikkan perolehan suaranya pada pemilu 2019 adalah adanya kesadaran untuk kembali ke tujuan awal (khittah) sebagai partai dakwah. Inilah pondasi yang menjadikan PKS menjadi lebih kuat dan solid (secara internal). Presiden Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Mohammad Sohiful Iman menegaskan karakter PKS adalah sebagai Partai Dakwah. Hal itu disampaikan Sohiful dalam acara Peringatan Maulid Nabi, di Kantor DPP, (Donny, 2019). Lebih lanjut, Sohiful Iman mengilustrasikan PKS seperti bis tingkat. Dakwah adalah lantai satu, sedangkan politik adalah lantai dua. Risikonya, ketika pekerjaan politik melakukan kesalahan, maka akan berdampak ke dakwah. Masalah ini dapat berimbas pada elektabilitas partai dan para kadernya.

Hal senada juga dikatakan Ketua Badan Pembinaan Kepemimpinan Daerah, DPP PKS, Mardani Ali Sera mengatakan PKS bukanlah partai biasa, melainkan partai dakwah. Besarnya PKS karena dakwah. Jadi pekerjaan utama PKS adalah dakwah. Sehingga semangatnya harus *lilahitaala, taqorub ilallah, jundi fikrah wal aqidah* (Nugraha, 2020).

Sebelumnya keberhasilan PKS pun sudah dapat dilihat di Pemilihan Kepala Daerah (pilkada) di beberapa provinsi di Indonesia seperti; pilkada Sumatra Barat, pilkada DKI Jakarta, pilkada Riau, pilkada Kalimantan Barat, pilkada Kalimantan Timur, pilkada Sumatera Utara dan pilkada Nusa Tenggara Barat. Hal ini membuktikan bahwa elektabilitas dan eksistensi PKS tidak mengalami penurunan oleh banyak kasus seperti korupsi, kisruh internal maupun eksternal partai serta sikap PKS untuk lebih terbuka padasemua golongan dan agama (Nurussa'adah & Sumartias, 2017). Terkait dengan pilkada 2020 di Kota Depok,

menjadi perhatian penting bagi Dewan Pimpinan Pusat PKS maupun PKS Jawa Barat. Pilkada Depok menjadi pertarungan eksistensi PKS selama tiga periode, mulai tahun 2006-2021. Depok adalah tempat dimulainya (kick off) konsolidasi untuk memenangkan semua pasang calon yang ditetapkan oleh PKS dalam pilkada 2020.

Pilkada Depok akan dilaksanakan secara serentak pada tanggal 9 Desember 2020. Adapun duapengandingan calon pemimpin yang telah disahkan oleh KPUD Depok adalah:

1. H. Pradi Supriatna – Hj. Afifah Alia, S. T
2. Mohammad Idris – Ir. Imam Budi Hartono

Nomor Urut	Nama Pasangan Calon	Pendukung
1	H. Pradi Supriatna – Hj. Afifah Alia, S. T	GERINDRA GOLKAR PAN PKB PSI PDI PERJUANGAN
2	Dr. Mohammad Idris – Ir. Imam Budi Hartono	PKS PPP DEMOKRAT

Pilkada episode kali ini dianggap jadi ancaman nyata bagi hegemoni PKS Depok karena berhadapan dengan koalisi besar yang dimotori dua partai raksasa dengan logistik pemilu yang banyak yaitu partai Gerindra dan PDI-P. Sementara itu, Depok dikenal sebagai basisnya PKS. Pilkada ini secara jelas menjadi ujian nyata bagi PKS. Seberapa siap mereka menghadapi dan memenangkan pilkada ini dengan strategi komunikasi dakwahnya dan bekal kadernya yang militan dan solid. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh strategi komunikasi dakwah Partai Keadilan Sejahtera terhadap sikap pemilih muslim dalam pilkada Depok tahun 2020 dan jika ada, seberapa besar pengaruhnya.

KAJIAN TEORITIK

Teori Stimulus-Organism-Response (SOR)

Teori SOR merupakan proses komunikasi yang mempunyai dampak munculnya reaksi, sehingga seseorang dapat memprediksi dan berharap adanya kesesuaian antara isi pesan dan respon dari komunikan. Elemen-elemen dalam model ini adalah: 1). Stimulus (pesan), adalah pesan yang dikirimkan komunikator kepada komunikan. Pesan yang dikirimkan ini bisa dalam bentuk simbol, tanda atau lambang. 2). Organism (komunikan), adalah keadaan pada saat komunikan menerima pesan. Pesan yang diberikannya oleh komunikator diterima sebagai pemberitahuan, dan komunikan akan mengamati pemberitahuan yang disampaikan oleh komunikator. Pengamatan disini diartikan bahwa komunikan akan mengamati semua pesan yang diberikannya melalui tanda dan lambang. Berikutnya, komunikan berusaha untuk memaknai dan mengerti pada semua pesan yang disampaikan oleh komunikator. 3). Respon (efek), adalah akibat dari efek komunikasi. Efek dari komunikasi adalah perubahan sikap afektif, kognitif, konatif. Efek kognitif adalah efek

yang nampak setelah adanya komunikasi, sedangkan efek kognitif dapat dimaknai bahwa setiap informasi menjadi bahan pengetahuan bagi komunikan (Effendy, 2017). Dalam penelitian ini, strategi komunikasi dakwah PKS merupakan stimulus. Sedangkan pemilih muslim sebagai komunikan. Efek yang dihasilkan adalah sikap dalam pilkada Depok 2020.

Pengertian dakwah

Pengertian dakwah secara bahasa dapat dilihat dalam kamus Al-Munawwir yaitu dakwah bermakna doa, seruan, panggilan, ajakan, undangan maupun permintaan (Munawwir, 1984) Sedangkan pengertian lain dari dakwah adalah penyiaran atau propaganda, penyiaran agama dan pengembangannya di kalangan pemilih muslim, seruan untuk memeluk, mempelajari dan mengamalkan ajaran.

(Shihab, 1998)) memberikan pengertian dakwah sebagai seruan atau ajakan kepada keinsafan, atau upaya mengubah keadaan kepada keadaan yang lebih baik (dari yang mulainya berperilaku buruk sampai kepada arah menjadi yang lebih baik), baik kepada pribadi ataupun pemilih muslim, dan dakwah diharapkan berperan dalam implementasi ajaran Islam secara lebih komprehensif dalam semua dimensi kehidupan.

Strategi Dakwah

Strategi Dakwah dapat didefinisikan sebagai perencanaan yang berisi rangkaian aktivitas yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi dakwah dapat dibagi menjadi tiga jenis (Munir, M., Ilahi, 2009), yaitu:

1. Al-Manhaj Al-Athifi (Strategi sentimental)
Strategi sentimental ini menitikberatkan perhatiannya pada aspek hati, menyentuh perasaan dan batin obyek dakwah. Beberapa cara yang dapat dilakukan pada strategi ini, antara lain adalah memberi nasihat yang mengesankan kepada obyek dakwah, memanggil dengan kelembutan, dan memberikan pelayanan yang baik.
2. Al-Manhaj Al-'Aqli (Strategi Rasional)
Strategi rasional merupakan dakwah dengan beberapa metode yang memusatkan perhatian pada aspek akal pikiran. Strategi ini memotivasi mitra obyek agar berpikir, merenungkan, dan mengambil pelajaran.
3. Al-Manhaj Al-Hissi (Strategi Inderawi)
Strategi ini dikenal juga dengan istilah strategi eksperimen atau strategi ilmiah. Makna dari strategi inderawi dapat dipahami sebagai sistem dakwah atau kumpulan metode dakwah yang menitikberatkan pada pancaindra dan berpegang teguh pada hasil penelitian dan percobaan.

Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah dapat diartikan sebagai komunikasi yang bagian-bagiannya disesuaikan dengan visi dan misi dakwah. (Tasmara, 1997) berpendapat bahwa komunikasi dakwah merupakan suatu jenis komunikasi yang khusus, dimana seseorang komunikator menyampaikan pesan-pesan yang bersumber dan sesuai dengan ajaran Islam, dengan tujuan agar orang lain dapat mengerjakan amal shalih (baik) yang sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan. Jadi dari aspek proses, komunikasi dakwah hampir mirip dengan komunikasi pada umumnya, namun pembedanya adalah hanya pada metode dan tujuan yang hendak dicapai.

Sikap

(Azwar, 2010) memberikan pengertian tentang sikap sebagai kecenderungan, pandangan, pendapat atau pendirian seseorang dalam menilai suatu objek atau permasalahan serta berperilaku sesuai dengan penilaiannya dengan kesadaran adanya perasaan positif maupun negatif terhadap suatu objek. Selain itu, Zawar juga berpendapat bahwa ada tiga struktur sikap, yaitu: a) Aspek kognitif. Aspek ini berhubungan dengan pengetahuan, pandangan, dan keyakinan tentang objek. Hal tersebut ini terhubung dengan bagaimana cara orang menerima dan menilai suatu objek. b). Aspek afektif. Aspek ini meliputi seluruh perasaan atau emosi seseorang. Perasaan tersebut bisa dalam bentuk perasaan senang atau benci terhadap objek. Aspek ini dapat berorientasi kearah sikap yaitu positif dan negatif. Aspek afektif terkait erat dengan persoalan emosional seseorang terhadap suatu objek. Secara umum, aspek afektif dapat diartikan dengan perasaan seseorang terhadap sesuatu. c). Aspek konatif. Aspek ini adalah kecenderungan seseorang untuk merespon atau bereaksi terhadap suatu objek. Aspek ini menjelaskan mengenai ukuran terhadap sikap, yaitu besar atau kecilnya kecenderungan seseorang dalam bertindak atau berperilaku terhadap objek.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan regresional. Penelitian ini akan mengkaji hubungan kausal (hubungan yang bersifat sebab-akibat). Lokasi penelitian di 11 Kecamatan yang ada di kota madya Depok Jawa. Penelitian akan dimulai pada Desember 2020 – Januari 2021

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 1,240,448 orang dengan rincian 1,229,362 orang berdasarkan Daftar Pemilih Tetap (DPT), Pemilih yang Pindah Memilih (DPPH) berjumlah 2,068, dan pemilih yang tidak terdaftar dalam DPT yang menggunakan hak dengan KTP (DPTb) berjumlah 9,018 orang. Jumlah sampel adalah 90 orang dan menggunakan teknik random sampling.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis statistik pernyataan-pernyataan pada variabel X

Deskripsi Statistik

	N	Mean
PKS memberikan informasi yang lengkap perihal keberhasilan dan kemajuan kota Depok selama di bawah kepemimpinan wali kota yang merupakan kader PKS	90	3.98
Kader PKS dengan santun turun langsung ke masyarakat agar dapat mendengar aspirasi dan keluhan perihal pemerintah kota Depok untuk kebaikan bersama (pemerintah dan masyarakat)	90	4.11

PKS membuat kebijakan memotong gaji anggota DPRD Depok untuk turut menunjang program kerja pemerintahan kota Depok dalam penanganan covid-19	90	4.10
PKS memberikan paket sembako untuk rakyat kecil yang terkena covid-19 dalam menunjang program kerja pemerintahan kota Depok	90	4.20
PKS melakukan disinfektan gratis dalam upaya penanganan covid-19 dalam menunjang program kerja pemerintahan kota Depok	90	4.17
PKS memberikan pelatihan kepada para perempuan mengenai peran mereka dalam kehidupan bermasyarakat, termasuk pendidikan politik	90	4.02
PKS memberikan pelatihan Training Orientasi Partai Daerah (TOPDA) ke masyarakat	90	3.89
PKS memberikan pelatihan praktis pemulasaran (pengurusan) jenazah covid-19 ke masyarakat	90	3.99
PKS memberikan pelatihan kewirausahaan ke masyarakat dalam upaya menciptakan lapangan pekerjaan	90	4.08
Kader PKS melakukan kunjungan ke 40 rumah sekitar untuk memperkenalkan secara lisan calon PKS dalam pilkada Depok	90	3.96
Kader PKS melakukan silaturahmi ke tokoh masyarakat dan tokoh agama untuk memperkenalkan calon PKS dalam pilkada Depok	90	4.12
PKS menggunakan baliho/spanduk untuk memperkenalkan calon PKS dalam pilkada Depok	90	4.22
PKS menggunakan media sosial (WA, instagram, facebook, twitter dll) untuk memperkenalkan calon PKS dalam pilkada Depok	90	4.22
PKS menggunakan media audio visual (TV, radio, koran) dalam mengkampanyekan calon PKS dalam pilkada Depok	90	3.99
PKS mempromosikan keberhasilan yang telah dicapai oleh wali kota Depok yang merupakan calon wali kota untuk pilkada 2020	90	4.16
Kader PKS melakukan promosi calon wali kota dari PKS dengan sikap sopan santun, dan tidak memberikan informasi yang hoax (dusta) terhadap calon dari pasang yang lain	90	4.24
Valid N (listwise)	90	

Analisis statistik pernyataan-pernyataan pada variabel Y

Deskripsi Statistik

	N	Mean
--	---	------

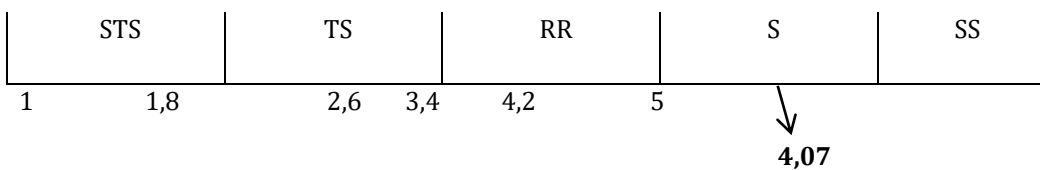
Saya mengetahui perihal keberhasilan dan kemajuan kota Depok selama di bawah kepemimpinan wali kota yang merupakan kader PKS setelah mendapatkan nasihat/informasi yang lengkap dari PKS	90	3.83
Saya mengetahui bahwa kader PKS Secara santun turun langsung ke masyarakat agar dapat mendengar aspirasi dan keluhan perihal pemerintahan kota Depok untuk kebaikan bersama	90	4.00
Saya memandang baik kebijakan memotong gaji anggota DPRD PKS Depok untuk menunjang program kerja pemerintahan kota Depok dalam penanganan covid-19	90	4.06
Saya berkeyakinan bahwa paket sembako untuk rakyat kecil yang terkena covid-19 dari PKS Depok dapat menunjang dapat program kerja pemerintahan kota Depok	90	4.21
Saya berkeyakinan disinfektan gratis dari PKS Depok dalam upaya penanganan covid-19 cukup efektif dalam menunjang program kerja pemerintahan kota Depok	90	4.06
Saya senang dengan pelatihan kepada para perempuan mengenai peran mereka dalam kehidupan bermasyarakat, termasuk pendidikan politik, yang diadakan oleh PKS Depok	90	4.06
Saya senang dengan program PKS yang memberikan pelatihan Training Orientasi Partai Daerah (TOPDA) ke masyarakat	90	4.04
Saya suka dengan pelatihan praktis pemulasaran (pengurusan) jenazah covid-19 yang diadakan oleh PKS Depok	90	4.11
Saya suka dengan program kerja PKS Depok yang memberikan pelatihan kewirausahaan ke masyarakat dalam upaya menciptakan lapangan pekerjaan	90	4.19
Saya mendukung kegiatan PKS Depok yang melakukan kunjungan ke 40 rumah sekitar untuk memperkenalkan secara lisan calon PKS dalam pilkada Depok	90	4.18
Saya mendukung PKS Depok yang melakukan silaturahmi ke tokoh masyarakat dan tokoh agama untuk memperkenalkan calon PKS dalam pilkada Depok	90	4.24
Saya mendukung pemasangan baliho/spanduk yang memperkenalkan calon PKS dalam pilkada Depok	90	4.08
Saya mendukung penggunaan media sosial (WA, instagram, facebook, twitter dll) untuk memperkenalkan calon PKS dalam pilkada	90	4.20
Saya mendukung penggunaan media audio visual (TV, radio, koran) dalam mengkampanyekan calon PKS dalam pilkada Depok	90	4.12

Saya bersyukur dengan keberhasilan yang telah dicapai oleh wali kota Depok yang merupakan calon wali kota dalam pilkada 2020 sebagaimana yang dipromosikan oleh PKS Depok	90	4.30
Saya memilih calon wali kota yang diusung oleh PKS Depok yaitu Mohammad Idris dan Imam Budi Hartono sebagai wali kota dan wakil wali kota Depok untuk periode 2021-2026	90	4.40
Valid N (listwise)	90	

Nilai Rata-Rata Keseluruhan Pada Variabel X

Dimensi	Rata-Rata
Strategi sentimentil	4,11
Strategi rasional	3,99
Strategi inderawi	4,13
Hasil rata-rata keseluruhan	4,07

Rentang Skala

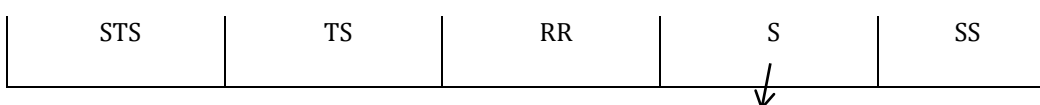


Berdasarkan tabel di atas, didapatkan rata-rata secara keseluruhan sebesar 4,07 yang memasuki rentang skala setuju. Dengan ini maka dapat disimpulkan bahwa pemilih muslim Depok menyatakan setuju dengan strategi komunikasi dakwah PKS.

Nilai Rata-Rata Keseluruhan Pada Variabel Y

Dimensi	Rata-Rata
Kognitif	4,03
Afektif	4,10
Konatif	4,22
Hasil rata-rata keseluruhan	4,12

Rentang Skala



1 1,8 2,6 3,4 4,2 5

4,12

Berdasarkan tabel di atas, didapatkan rata-rata secara keseluruhan sebesar 4,12 yang memasuki rentang skala setuju. Dengan ini maka dapat disimpulkan bahwa pemilih muslim Depok menyatakan setuju dengan calon walikota yang diusung oleh PKS dalam pilkada kota Depok.

Uji Korelasi

Correlations

		Strategi Komunikasi Dakwah Partai Keadilan Sejahtera	Sikap Pemilih Muslim Dalam Pilkada Depok Tahun 2020
Strategi Komunikasi Dakwah Partai Keadilan Sejahtera	Pearson Correlation	1	.904**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	90	90
Sikap Pemilih Muslim Dalam Pilkada Depok Tahun 2020	Pearson Correlation	.904**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	90	90

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Nilai 0,904 merupakan nilai r hitung. Angka ini menunjukkan korelasi atau hubungan yang sangat kuat antara Strategi Komunikasi Dakwah Partai Keadilan Sejahtera dan Sikap Pemilih Muslim Dalam Pilkada Depok Tahun 2020, artinya jika Strategi Komunikasi Dakwah Partai Keadilan Sejahteranya meningkat maka Sikap Pemilih Muslim Dalam Pilkada Depok Tahun 2020 nya tentu bertambah.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.904 ^a	.817	.815	4.846

a. Predictors: (Constant), Strategi Komunikasi Dakwah Partai Keadilan Sejahtera

b. Dependent Variable: Sikap Pemilih Muslim Dalam Pilkada Depok Tahun 2020

Dari tabel model summary diatas variabel Sikap Pemilih Muslim Dalam Pilkada Depok Tahun 2020 nilai *R-square*nya sebesar 0,817 yang artinya 81,7% variasi-variasi yang ada dapat dijelaskan oleh variabel Strategi Komunikasi Dakwah Partai Keadilan Sejahtera sedangkan yang sisanya sebesar 18,3% dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan dalam penelitian, nilai *R-square*nya sebesar 0,817 termasuk dalam kategori kuat.

Uji Anova

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9252.000	1	9252.000	393.996	.000 ^b
	Residual	2066.456	88	23.482		
	Total	11318.456	89			

a. Dependent Variable: Sikap Pemilih Muslim Dalam Pilkada Depok Tahun 2020

b. Predictors: (Constant), Strategi Komunikasi Dakwah Partai Keadilan Sejahtera

Uji F merupakan suatu uji untuk mengetahui apakah model yang digunakan tepat atau tidak (regresi sederhana). Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima sehingga dapat dikatakan bahwa variabel bebas dari model regresi sederhana tidak mampu menjelaskan variabel terikat atau tidak memiliki pengaruh signifikan. Sebaliknya jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel bebas dari model regresi sederhana mampu menjelaskan variabel terikat atau berpengaruh secara signifikan.

Dari tabel diatas nilai F_{hitung} sebesar 393,996 dan p -value (Sig.) 0,000. Nilai F_{tabel} didapat dari $df_1 = \text{jumlah variabel} - 1 = 2 - 1 = 1$ dan $df_2 = \text{jumlah data} - \text{jumlah variabel} = 90 - 2 = 88$, maka $F_{tabel(1,88)} = 3,95$. Oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan p -value < 0,05, dengan demikian berdasarkan batas tersebut dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan tepat.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.177	3.359		.053	.958
	Strategi Komunikasi Dakwah Partai Keadilan Sejahtera	1.007	.051	.904	19.849	.000

a. Dependent Variable: Sikap Pemilih Muslim Dalam Pilkada Depok Tahun 2020

Indikasi suatu hipotesis diterima atau tidaknya dapat dilihat dari nilai kritis dan p -value. Lebih lanjut, dimana batas untuk $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan batas p -value (Sig.) adalah $\leq 0,05$.

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat, Hipotesis keenam memiliki koefisien Beta sebesar 0,904, t_{hitung} sebesar 19,849 dan p -value (Sig.) 0,000. Nilai t_{tabel} pada alpha 0,05 (Uji t dilakukan dengan 2 sisi (2-tailed)). $df = n - 2 = 90 - 2 = 88$ didapat adalah sebesar 1,987. Oleh karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan p -value < 0,05, dengan demikian berdasarkan batas tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis keenam diterima. Artinya ada pengaruh Strategi Komunikasi Dakwah Partai Keadilan Sejahtera terhadap Sikap Pemilih Muslim Dalam Pilkada Depok Tahun 2020. Persamaan regresinya adalah: $\hat{Y} = 0,177 + 0,904X$

Pembahasan

Setelah mengkaitkan data hasil penelitian dengan teori komunikasi S-O-R (Stimulus-Organism-Response) didapat data bahwa bahwa stimulus dalam penelitian ini yaitu strategi komunikasi dakwah PKS sebagai komunikator yang memberikan pesan kepada pemilih muslim di Depok sebagai komunikan. Respon pemilih muslim yang positif terhadap strategi komunikasi dakwah PKS menunjukkan bahwa stimulus yang diberikan diterima oleh komunikan. Hal ini dapat dibuktikan dengan keberhasilan PKS memenangkan pilkada Depok tahun 2020.

Sebagai komunikator, PKS melakukan tiga strategi dalam komunikasi dakwahnya yaitu strategi dakwah strategi sentimental, strategi rasional, dan strategi inderawi. Bentuk strategi yang bersifat sentimentil berupa memberikan nasihat (informasi) yang lengkap perihal keberhasilan dan kemajuan kota Depok selama di bawah kepemimpinan wali kota yang merupakan kader PKS dan kader PKS dengan santun turun langsung ke masyarakat agar dapat mendengar aspirasi dan keluhan perihal pemerintah kota Depok untuk kebaikan bersama (pemerintah dan masyarakat). Selain itu, PKS juga memberikan pelayanan kepada masyarakat Depok berupa pemberian paket sembako untuk rakyat kecil yang terkena covid-19 dan melakukan disinfektan gratis dalam upaya penanganan covid-19.

Sedangkan untuk strategi rasional yang dilakukan oleh PKS diwujudkan dalam wujud pemberian pelatihan dan pendidikan kepada masyarakat Depok, seperti memberikan pelatihan kewirausahaan ke masyarakat dalam upaya menciptakan lapangan pekerjaan, pelatihan kepada para perempuan mengenai peran mereka dalam kehidupan bermasyarakat, termasuk pendidikan politik, dan pelatihan Training Orientasi Partai Daerah (TOPDA) ke masyarakat.

Dakwah melalui lisan, tulisan, audio visual dan akhlak merupakan media yang dipilih oleh PKS dalam menerapkan strategi inderawi. Beberapa contoh dalam amal kongkrit strategi ini adalah melakukan silaturahmi ke tokoh masyarakat dan tokoh agama untuk memperkenalkan calon PKS dalam pilkada Depok serta menggunakan media sosial (WA, instagram, facebook, twitter dll) untuk sebagai alat kampanye.

Respon yang dihasilkan dari tiga strategi dakwah PKS sebagaimana tersebut di atas adalah adanya pengetahuan, pandangan dan keyakinan masyarakat terhadap informasi terkait keberhasilan dan pelayanan yang baik yang dilakukan oleh pemerintah kota Depok yang dipimpin oleh Mohammad Idris. Mayoritas masyarakat suka dengan kepemimpinan Mohammad Idris selama ini serta menyatakan dukungan pada beliau. Dampak dari keyakinan, rasa suka dan dukungan ini adalah terpilihnya kembali calon inkamben dalam pilkada Depok 2020.

Berdasarkan data dari KPUD Depok, jumlah pemilih yang menggunakan hak pilihnya sebanyak 777,737 orang. Suara yang sah sebanyak 748,346 dan suara yang tidak sah berjumlah 29,391. Pasangan Mohammad Idris-Imam Budi Hartono memperoleh suara sah sebanyak 415.657 (55,54 %), sedangkan pasangan Pradi Supriatna-Afifah Alia mendapatkan suara sah yang sah sebanyak 332,689 (44,46 %). Berdasarkan hitungan di atas, maka pasangan Mohammad Idris-Imam Budi Hartono ditetapkan oleh KPUD sebagai pemenang pada pilkada Depok tahun 2020.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan yaitu adanya pengaruh yang kuat antara strategi komunikasi dakwah PKS terhadap sikap pemilih muslim dalam pilkada Depok tahun 2020 dan kontribusi strategi

komunikasi dakwah PKS terhadap sikap pemilih muslim dalam pilkada Depok tahun 2020 mencapai 81,7 %, sedangkan sisanya (18,3%) tidak dapat diterangkan. Disarankan untuk Partai Keadilan Sejahtera Depok agar lebih banyak memberikan pelatihan dan pendidikan yang terkait pendidikan keagamaan, politik maupun sosial budaya agar kesadaran dalam beragama, bersosial-politik masyarakat menjadi semakin baik dan meningkat sehingga akan memudahkan PKS dalam mencapai tujuan politik dakwahnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (2010). *Sikap Manusia : Teori dan Pengukurannya*. Pustaka Pelajar.
- Dariyanto, E. (2019, December). *5 Kali Ikut Pemilu, Hanya Sekali Suara PKS Turun*. Detik.Com. <https://news.detik.com/infografis/d-4643379/5-kali-ikut-pemilu-hanya-sekali-suara-pks-turun>
- Donny. (2019). *Karakter PKS sebagai partai dakwah*. Pks.Id. <https://pks.id/content/sohibul-tegaskan-karakter-pks-sebagai-partai-dakwah>
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. PT. Citra Aditya Bakti.
- Munawwir, A. W. (1984). *Kamus Al-Munawwir*. Pustaka Progressif.
- Munir, M., Ilahi, W. (2009). *Manajemen Dakwah*. Kencana.
- Nugraha, D. (2020, February). *Besarnya PKS karena Dakwah*. Inilahkoran.Com. <https://www.inilahkoran.com/berita/41906/mardani-ali-sera-besarnya-pks-karena-dakwah>
- Nurussa'adah, E., & Sumartias, S. (2017). Komunikasi politik Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dalam keterbukaan ideologi. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 5, 43–52.
- Rahmat, M. I. (2008). *Ideologi politik PKS : Dari masjid kampus ke gedung parlemen*. LKiS Yogyakarta.
- Sanusi, Mundofir., Syaikhu, A. (2014). *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Penerbit Beras.
- Shihab, Q. (1998). *Membumikan Al-Qur'an : Fungsi dan Peran Wahyu Dalam Kehidupan*. Mizan.
- Supriatna, I., Amin, M., & Usman, J. (2016). Dakwah siyasah (strategi dakwah Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dalam perjuangan aspirasi umat Islam. *Jurnal Diskursus Islam*, 4(2), 18–37.
- Tasmara, T. (1997). *Komunikasi Dakwah*. Gaya Media Pratama.