

BAB V

PEMBAHASAN

Berdasarkan temuan dan hasil penelitian dalam bentuk wawancara juga beberapa dokumentasi yang kemudian dilakukan analisis data dari temuan hasil penelitian dan akan dilakukan pembahasan sesuai dengan teori dan logika. Agar lebih terperinci dan terurai, maka dalam pembahasan ini akan disajikan sesuai dengan permasalahan yang diteliti.

A. Strategi PKS Pada Pemilu Tahun 2019 di Kota Depok

Strategi merupakan hal mutlak yang harus dilakukan oleh partai politik dalam upaya memenangkan sebuah persaingan, dalam hal ini strategi marketing dan kampanye politik. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam membuat sebuah strategi marketing dan kampanye politik, karena berbeda wilayah yang akan dituju berbeda pula cara penanganan dan tentu strateginya, seperti pada kota Depok. Selain dari faktor eksternal, faktor internal juga harus diperhatikan dalam membuat sebuah strategi. Strategi sangat dibutuhkan sebuah partai politik terutama pada saat-saat menjelang masa kampanye, agar gagasan-gagasan yang disampaikan tepat pada sasaran.

1. Strategi Marketing Politik (*Political Marketing*)

Strategi marketing yang dilakukan oleh PKS adalah dengan memberikan gagasan-gagasan yang menjadi kebutuhan di masyarakat, dimana gagasan tersebut yang dekat atau *relate* dengan masyarakat dan akan menjadi usul PKS yang akan diperjuangkan di parlemen. Gagasan tersebut antara lain :

1. SIM berlaku seumur hidup, PKS ingin masyarakat tidak perlu lima tahun sekali harus mengurus SIM yang merepotkan dan itu dirasakan masyarakat banyak.

2. Bebas pajak kendaraan bermotor, karna kebanyakan dari masyarakat yang memiliki motor itu ekonomi lemah sehingga PKS berpihak pada ekonomi lemah, ini juga bagian dari bagaimana kampanye politik itu menysar kepada kebutuhan umum masyarakat dan sesuai apa yang menjadi realita mereka di masyarakat.
3. Bebas pajak penghasilan di bawah 8 juta.
4. PKS memperjuangkan RUU perlindungan ulama dan tokoh agama.

Seperti yang diketahui bahwa dalam *political marketing* terdapat tiga strategi diantaranya :

- a. ***Push Political***, yaitu pemasaran produk politik secara langsung kepada para calon pemilih. Strategi ini bukan hanya menjual kandidat atau partai sebagai komoditas melainkan pesan komunikasi dari strategi ini bisa disampaikan secara langsung oleh kandidat atau partai namun juga bisa melalui relawan yang datang membagikan brosur, *flyer*, *sticker*, dsb. Relawan ini juga yang bertugas untuk mengumpulkan data yang berupa persepsi para pemilih. Strategi ini cukup mudah dilakukan untuk pemilihan lokal.

Dalam hal ini PKS melakukan strategi marketing politik yang mencakup umum atau general, yaitu secara umum PKS melaksanakan kampanye di wilayah kecamatan tertentu dan melihat apa isu-isu yang memang harus disampaikan dan juga segmen pemilih usia tua ataupun muda. Tapi secara umum PKS juga ikut dengan program dari pusat dimana PKS menyampaikan beberapa politik gagasan, dan secara untuk isu-isu kelokalan PKS menyampaikan tergantung dengan kondisi dan kebutuhan aspirasi masyarakat di lapangan

dilakukan oleh partai atau kandidat yang memiliki dana yang cukup banyak.

Dalam merencanakan strategi ini, PKS menjadikan beberapa faktor-faktor yang menjadi keutamaan di dalamnya salah satunya adalah media, ini adalah salah satu yang harus dioptimalkan apalagi dalam hal ini Depok termasuk daerah penduduk yang dekat dengan Jakarta sehingga media menjadi hal yang penting mulai dari media sosial, media *online* ataupun media cetak. Kekuatan di media menjadi sarana yang juga efektif untuk merenggut para pemilih-pemilih baru.

Langkah yang dilakukan PKS yaitu dengan memiliki kader yang cukup banyak di kota Depok, salah satu yang dioptimalkan adalah kekuatan dari militansi kader sehingga kader-kader PKS bisa mencapai target-target kampanye yang cukup luas dimana bisa sampai ke pelosok-pelosok daerah yang ada di kota Depok untuk menyampaikan visi-misi dan janji-janji kampanye dan juga politik gagasan kampanye. Ini juga menjadi sebuah kekuatan dimana keterbatasan dalam penggunaan media misalnya media televisi ataupun media-media yang lain karena salah satu kekuatan kampanye adalah ketika program berjalan untuk menyampaikan info-info kepada masyarakat secara luas di kota Depok

Media yang digunakan PKS antara lain media sosial, media *online*, media cetak, media iklan luar ruang seperti baliho, *banner*, spanduk, dan juga media promosi kit dalam hal ini untuk *direct selling door to door*. Jadi pada intinya PKS mengoptimalkan semua sarana media komunikasi untuk menyampaikan pesan visi-misi dan juga program kampanye PKS di tahun 2019, dan PKS melihat kampanye di media sosial sangat efektif dibandingkan dengan media lain karena menurut PKS dana yang dikeluarkan lebih murah dibanding kampanye langsung.

Sejauh ini PKS belum mengukur seberapa keefektifan dari penggunaan media sosial sebagai sarana berkampanye, tapi memang media sosial lah yang cukup bisa dioptimalkan dan sarana kampanye

secara *online* menjadi hal yang cukup efektif seperti *sharing* diberbagai media sosial *Instagram*, *WhatsApp* grup, dan lain-lain.

Selain mengoptimalkan sarana dari media-media yang ada terutama media sosial, PKS juga mengharuskan para kader atau calegnya untuk *update* dalam semua penggunaan media sosial. Sehingga calon pemilih pada segmen media sosial pun dapat cepat mengetahui proses atau berita kampanye apa saja yang sedang dan telah berjalan. Dan untuk penggunaan media sosial milik PKS kota Depok ada beberapa yang sudah dibuat atau direalisasikan juga untuk penggunaannya, yaitu diantaranya *Instagram*, *Twitter*, *Youtube*, dan *Facebook*.

Gambar 5.3

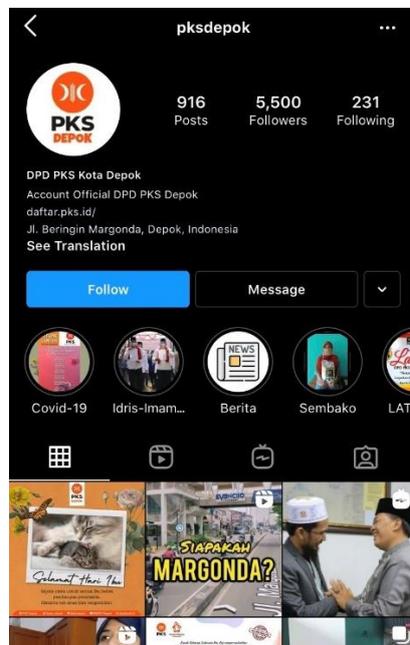
Banner kampanye 2019 PKS Depok



Sumber: <http://art.pks.id/gallery/popular>

Gambar 5.4

Instagram PKS Depok: pksdepok



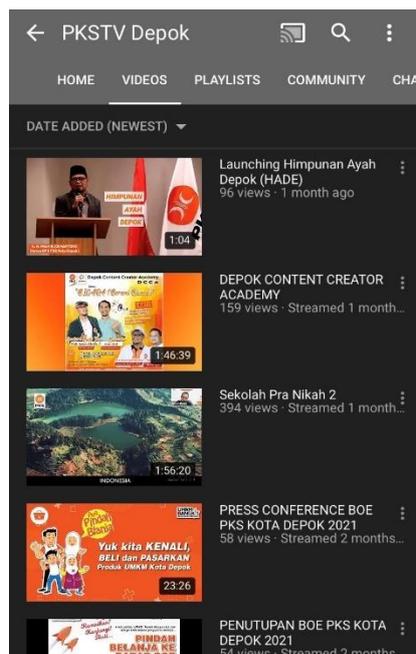
Gambar 5.5

Twitter PKS Depok: pks_depok



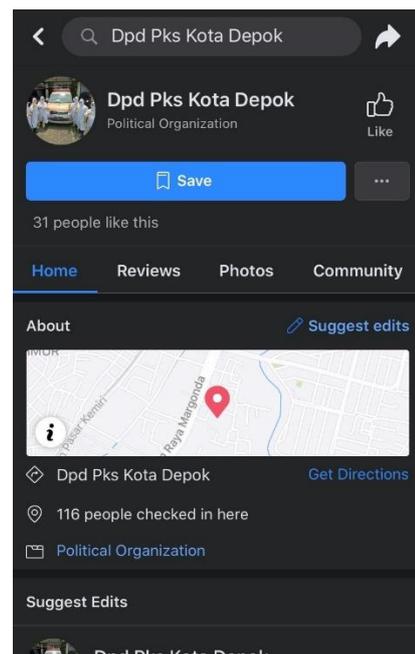
Gambar 5.6

Youtube PKS Depok: PKSTV Depok



Gambar 5.7

Facebook PKS Depok: Dpd Pks Kota Depok



Gambar 5.8
Website PKS



Sumber:

<https://pks.id/content/kader-pks->

Gambar 5.9
PKS di media online



Sumber:

<https://pemilu.kompas.com/read/2019/05/20/06122931/pks-kuasai-kursi-dprd-kota-depok>

- c. **Pass Political**, strategi ini dilakukan dengan pesan yang disampaikan melalui individu, tokoh maupun organisasi yang mempunyai pengaruh. Cara pendekatan pada strategi ini disesuaikan dengan tipe-tipe individu, tokoh dan organisasi yang akan dituju.

Pada suatu contoh tempat yaitu di karang taruna dan pengajian ibu-ibu memiliki anggota yang berbeda secara usia, menurut PKS bukan masalah siapa yang diutus karena semua caleg juga harus menemui semua segmen seperti karang taruna dan pengajian ibu-ibu. Jadi yang paling tepat adalah bagaimana komunikasi yang dibangun dari setiap caleg terhadap segmen atau tipe-tipe individu yang ditemuinya. Apalagi dengan politik gagasan yang disampaikan sudah bisa mencakup banyak kalangan umur, jadi PKS tidak spesifik dalam mengutus seseorang

berdasarkan tipe-tipe individu yang akan dituju. Tapi memang bisa jadi pendamping caleg itu yang mungkin akan lebih mengenal situasi di lapangan untuk bisa berinteraksi bagaimana kampanye yang dijalankan dengan segmen-segmen tertentu.

PKS bukan hanya fokus kepada kalangan muda tapi semua segmen pemilih yang ada di kota Depok, walaupun ada untuk kalangan muda itu karena PKS menyebar program-program khusus yang membuat mereka tertarik dengan agenda-agenda kampanye ataupun juga dengan cara-cara PKS dalam menggaet mereka sebagai pemilih partai PKS.

2. Strategi Kampanye Politik

Seperti yang dijelaskan oleh Hermanto Setiawan selaku Sekretaris DPD PKS kota Depok bahwa secara umum PKS dalam melaksanakan kampanyenya pada tahun 2019 adalah dengan berdasarkan aspek kewilayahan dalam hal ini seperti geografi dan demografi, dilihat dari wilayah kecamatan tertentu tergantung isu-isu atau masalah yang ada di wilayah tersebut dan juga segmen usia pemilih. Tapi secara umum PKS juga mengikuti program yang dibuat dari pusat yaitu menyampaikan beberapa politik gagasan, seperti SIM berlaku untuk seumur hidup dan bebas pajak kendaraan bermotor untuk roda dua, dan untuk isu-isu kelokalan PKS menyampaikan tergantung dengan kondisi dan kebutuhan aspirasi masyarakat di lapangan.

Setiap masa kampanye pemilihan umum tentu berbeda situasi dan kondisi yang sedang terjadi, dan dalam membuat strategi kampanye tentu perlu menyesuaikan situasi dan kondisi tersebut. Perubahan dan peningkatan segala aspek dari mulai wilayah hingga masyarakatnya menjadi fokus utama agar strategi yang dilakukan sesuai dengan apa yang dibutuhkan.

Dalam hal ini PKS tentu selalu berinovasi untuk membuat strategi kampanye menjadi lebih baik disetiap tahunnya, namun juga ada beberapa strategi yang digunakan dari awal PKS mengikuti pemilu yaitu pada tahun 1999, yaitu dengan melakukan kampanye secara tatap muka bertemu langsung dengan para pemilih. Hal tersebut diharapkan membangun ikatan emosional dan juga memberikan penguatan agar para pemilih mengenal calegnya lebih langsung. Langkah yang dilakukan adalah para caleg PKS turun langsung bertemu dengan masyarakat, memperkenalkan diri dan menyampaikan apa saja yang menjadi politik gagasan PKS, dan juga meyerap aspirasi dan harapan dari masyarakat.

Dilihat dari implikasi di kota Depok PKS melihat kampanye langsung bertemu pemilih memberikan dampak efek yang cukup besar, karna disitu pemilih bisa mengenal calon legislatif yang diusung, bisa berinteraksi langsung membangun ikatan secara emosional dan juga hati yang dari situ memperkuat pilihan politik dari para pemilih. Jadi sejauh ini bertemu langsung dengan para pemilih sebagai salah satu sarana kampanye yang lebih baik dibandingkan dengan bertemu secara tidak langsung.

Pada saat melakukan kampanye secara langsung yaitu bertemu bertatap muka dengan calon pemilih, hal yang disampaikan PKS tidak luput dari *point* atau pesan kampanye pada saat itu. Untuk pemilu di 2019, PKS kota Depok berkampanye dengan tema menyampaikan politik gagasan. Selain dengan penyampaian politik gagasan, para caleg juga menerima aspirasi dari masyarakat, yang selanjutnya akan menjadi usul yang akan PKS sampaikan ke parlemen nantinya.

Yang menjadi kunci strategi kampanye yang tidak pernah berubah adalah bagaimana PKS untuk terus melakukan kampanye dengan secara tatap muka bertemu langsung dengan para pemilih yang diharapkan membangun ikatan emosional dan juga memberikan penguatan agar para pemilih mengenal calegnya lebih langsung, langkah yang dilakukan adalah para caleg PKS turun langsung bertemu dengan masyarakat

memperkenalkan diri dan menyampaikan apa saja yang menjadi politik gagasan PKS. Selanjutnya mereka juga menyerap aspirasi dan harapan dari masyarakat terhadap para caleg apabila nanti terpilih kembali.

PKS juga menjadikan beberapa faktor yang menjadi keutamaan di dalam strategi kampanyenya, yaitu yang pertama salah satu fokus kampanye politik adalah bagaimana para pemilih mau memilih caleg PKS. Karna itu PKS melakukan pembekalan terhadap para calegnya untuk meningkatkan kekuatan sosialnya, jadi mereka harus mempunyai kekuatan sosial dengan membangun jaring sosial mulai dari lingkungan terdekat.

Kedua secara basis politik, basis politik ini menjadi tanggung jawab struktur bekerjasama juga dengan para caleg menunjukkan bagaimana PKS sebagai partai yang bersih, selain itu juga fokus dengan program-program yang menyentuh kebutuhan masyarakat.

Ketiga media, media ini adalah salah satu yang harus dioptimalkan apalagi dalam hal ini Depok termasuk daerah penduduk yang dekat dengan Jakarta, sehingga media menjadi hal yang penting mulai dari media sosial, media *online*, ataupun media cetak. Kekuatan media menjadi sarana yang juga efektif untuk merenggut para pemilih-pemilih baru.

Ketiga hal ini disinergikan untuk menyusun program-programnya bagaimana kesesuaian program dengan basis sosial yang ada dengan komunikasi politik yang tepat, sarana media yang tepat, dan hal ini bisa menjadikan target-target program kampanye tepat sasaran.

3. Pola Sosialisasi Komunikasi Politik

Selain strategi kampanye politik dan strategi marketing politik, pola sosialisasi komunikasi dalam strategi juga tidak lepas dari salah satu cara yang dilakukan saat kampanye. Pola sosialisasi komunikasi strategi yang dilakukan PKS adalah dengan menyampaikan politik gagasan. Jadi konsep yang diusung PKS pada pemilu 2019 adalah menyampaikan kampanye politik gagasan.

Dalam menjalankan sosialisasi dan pendekatan komunikasi yang terpenting adalah *image* yang baik dan positif di masyarakat, banyak caleg-caleg yang berusaha untuk membangun *image* atau citra positif di masyarakat pada saat kampanye menjelang pemilihan umum. Namun dalam hal ini PKS bukan berusaha membangun citra positif tetapi memang karena caleg-caleg PKS sudah memiliki citra positif di masyarakat. Jadi citra positifnya ini bukan kamuflase tapi realistis yang ada di masyarakat dan sudah menjadi ciri khas sebagai kader PKS.

B. PKS Sebagai Partai Yang Memiliki Ideologi Islam

Partai politik bisa diartikan sebagai organisasi yang mempunyai landasan ideologi, dimana setiap anggotanya mempunyai pandangan dan tujuan yang sama untuk merebut atau memperoleh suatu kekuasaan. PKS sebagai salah satu partai yang memiliki dasar ideologi Islam, bahkan bisa dikatakan bahwa PKS adalah satu-satunya partai kader murni yang ada di Indonesia, dimana para kadernya yang ada di DPR maupun DPRD merupakan kader asli binaan PKS yang telah melalui proses panjang dalam jenjang kaderisasi partai. PKS juga menjadikan moralitas dalam kehidupan bermasyarakat sebagai program utama partai, ini dikarenakan PKS menempatkan diri sebagai partai Islam yang juga partai dakwah.

PKS terkenal dengan ideologi Islamnya yang sangat kental dan tentu warga Kota Depok tidak semua beragama Islam, banyak juga warga non muslim. Namun hal tersebut tidak berpengaruh atas siapa yang memilih dan siapa yang dipilih karena PKS sebagai partai terbuka tentu berkampanye terhadap semua golongan pemilih suku, agama ataupun kewilayahan. Karena secara khusus di Depok mayoritas penduduk muslim itu lah yang menjadi target utama kampanye PKS, tapi bukan berarti PKS tidak melakukan kampanye terhadap penduduk non muslim. Karena anggaran dasar rumah tangga PKS adalah bersama-sama untuk membangun bangsa

ini kearah yang lebih baik, adapun juga di daerah-daerah lain seperti di Indonesia Timur banyak caleg-caleg PKS berdasarkan dari kalangan non muslim.

Jadi PKS tidak membatasi secara keagamaan, karena partai terbuka untuk menerima anggota dari partai lain, dan juga menyampaikan kampanye terhadap partai lain dan agama lain Dalam hal ini juga PKS tidak mengkhususkan kepada spesifik umat Islam walaupun khusus itu dikarenakan juga di kota Depok mayoritas penduduknya adalah muslim.

Sebagai partai Islam yang juga partai dakwah dan partai yang menjunjung tinggi moralitas tentu PKS menjalankan kampanye-kampanye yang menjunjung tinggi moralitas, sebagaimana PKS menjadikan moralitas sebagai program utama partai. Tidak melakukan *black campaign*, tidak menghina, tidak merendahkan suku dan martabat. Sehingga ini menjadi ciri dari moral kampanye yang dijalankan oleh PKS 2019.

C. Tantangan Pada Pemilu Tahun 2019

Para partai politik terkadang mengalami kendala dan tantangan dalam pemilu, bisa dari faktor internal maupun eksternal dan tidak terkecuali PKS. Beberapa tantangan yang dihadapi PKS pada pemilu tahun 2019 antara lain :

- a. Internal, salah satu tantangannya terkait dengan terjadinya sebagian kader yang keluar dari PKS dan mengundurkan diri sebagai caleg, tapi hal ini masih bisa dikondisikan dan dikendalikan karna untuk hal ini di Depok tidak terlalu berimbas dimana kader-kader tetap solid untuk tetap bergerak dan mengikuti arahan dan juga program dari pengurus mulai tingkat ranting, cabang, daerah, wilayah dan pusat.
- b. Eksternal, sementara tantangan eksternal adalah terkait dengan banyaknya aleg-aleg dari partai lain dimana dalam hal ini juga mereka

melakukan kampanye-kampanye dan juga pergerakan-pergerakan yang cukup luas di masyarakat, tapi terkait dengan tantangan ini PKS juga punya program dan juga kesiapan kader untuk menjalankan program-program tersebut.

Namun hal-hal tersebut tidak berpengaruh selagi masalah tersebut masih bisa diatasi oleh jalan keluar yang ada, PKS tetap fokus untuk menjalankan agenda-agenda pemenangan dan itu terbukti dengan jumlah suara yang bisa bertambah menjadi dua kali lipat dari pemilu tahun 2014.

Pada pemilu tahun 2019 seluruh agenda yang direncanakan oleh partai PKS seluruhnya berjalan sesuai dengan apa yang sudah direncanakan. Bahkan ada beberapa agenda dan program-program tambahan yang dioptimalkan oleh para kader dan juga caleg sebagai kreativitas pemilih lapangan seperti agenda *flashmob* dan lain-lain, teroptimalkannya program kampanye PKS dengan indikasi mendapatkan suara dua kali lipat.

D. Persiapan PKS Pada Pemilu Tahun 2019

Pada pemilu tahun 2019 di kota Depok PKS mengalami peningkatan suara sebanyak 180.219 dengan jumlah kursi 12 dibanding dengan pemilu tahun 2014 yaitu sebanyak 113.787 suara dengan jumlah kursi 6, ini berarti PKS mengalami peningkatan perolehan suara sebesar 50 persen dibanding pemilu tahun 2014.

Terkait dengan hal tersebut tentu banyak persiapan-persiapan yang dilakukan sebelum pemilu tahun 2019 sehingga mendapatkan peningkatan suara, yang pertama adalah *coattail effect* dimana 2019 PKS mengukung pasangan Prabowo-Sandi sehingga ini menjadi pendorong juga penguat suara PKS di 2019.

Yang kedua tentu program PKS selama 5 tahun 2014-2019 adalah mengoptimalisasikan program pengkaderan anggota, dimana bisa menambah pertumbuhan jumlah anggota sehingga dengan anggota kader-kader ini maka program-program kampanye bisa lebih tersebar merata ke semua wilayah yang ada di kota Depok.

Tempat berkampanye tidak hanya terpusat pada tempat-tempat tertentu saja, banyak tempat yang bisa digunakan untuk berkampanye langsung, tentu disetiap tempat memiliki peminat yang berbeda-beda. Namun bagi PKS masalah tempat tidak ada yang spesifik, secara umum pemilih memang lebih ingin bertemu dengan pemilihnya bukan terkait dengan bagaimana masalah tempat selagi tempatnya aman, nyaman dan dapat representatif untuk mengumpulkan banyak orang sehingga mereka bisa dengan nyaman berinteraksi terkait dengan agenda-agenda apa yang dijalankan tersebut.

E. Kader PKS

Dalam rangka merebut hati dari masyarakat tentu setiap partai politik bekerja semaksimal mungkin untuk memanfaatkan kekuatan-kekuatan yang mereka miliki, tidak terkecuali PKS. Dalam hal ini langkah yang dilakukan adalah PKS memiliki kader yang cukup banyak di kota Depok salah satunya yang dioptimalkan kekuatan dari militansi kader, sehingga kader-kader PKS bisa mencapai targer-target kampanye yang cukup luas. Dimana bisa sampai ke pelosok-pelosok daerah yang ada di kota Depok untuk menyampaikan visi-misi dan janji-janji kampanye, dan juga politik gagasan kampanye. Ini juga menjadi sebuah kekuatan dimana keterbatasan dalam media televisi ataupun media-media yang lain, karena salah satu kekuatan kampanye inilah ketika program berjalan sesuai dengan info-info yang akan disampaikan kepada masyarakat secara luas di kota Depok.

F. Pemetaan Karakteristik

Pemetaan karakteristik juga menjadi faktor yang ingin diwujudkan oleh PKS di kota Depok, dan hal yang berhasil diwujudkan untuk pemetaan karakteristik tersebut antara lain adalah terkait dengan pendidikan, PKS ingin ada pemerataan pendidikan di kota Depok. Sesuai dengan program yang berjalan saat ini meningkat jumlah SMA Negeri, SMP Negeri dan SD Negeri.

Selain itu ada beberapa yang masih dalam program-program, yaitu yang perlu dikembangkan lebih lanjut adalah tentang program ekonomi. PKS ingin ada program pemberdayaan ekonomi yang lebih masif untuk peningkatan UMKM dan usaha baru juga kaum perempuan, dan juga janji kampanye lima ribu pengusaha baru dan seribu pengusaha perempuan itu bisa menjadi bisa terealisasi.

G. Infrastruktur Kepengurusan Partai PKS

Salah satu faktor internal yang menjadi pendukung kampanye adalah infrastruktur kepengurusan partai, dalam hal ini yang sampai pada tingkat kecamatan dan kelurahan. Infrastruktur itu lah yang menjadi nadi partai dalam upaya mencapai target pada sebuah pemilu.

Salah satu elemen infrastruktur partai adalah anggota partai, untuk bisa memastikan bahwa infrastruktur partai dari tingkat kecamatan dan kelurahan bisa terbentuk maka fokus sebelum masa kampanye adalah mempersiapkan dan merekrut anggota, dan melakukan pembinaan anggota sebanyak-banyaknya. Sehingga dengan adanya anggota yang terbina ini bisa mengisi posisi-posisi yang ada di struktur kecamatan dan kelurahan. Setelah terbentuknya struktur yang ada di kelurahan dan kecamatan maka selanjutnya adalah mengoptimalkan peran para kader dalam kampanye.

Dalam sebuah organisasi termasuk pada sebuah partai tentu ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, salah satunya adalah manajemen organisasi. Manajemen organisasi menjadi hal yang cukup penting karena baik buruknya dalam mengatur manajemen tersebut sangat berpengaruh pada hasil yang didapatkan.

Dalam hal manajemen organisasi yang pertama PKS lakukan adalah proses kaderisasi, kaderisasi ini berjalan dan wajib untuk anggota PKS dalam mendapatkan dan ditugaskan jabatan struktur. Salah satu prasyarat untuk menempati untuk posisi struktur dalam partai maka ada jenjang yang harus dipenuhi, jenjang yang dipenuhi ini berdasarkan pada proses pembinaan anggota yang berjalan dimana anggota terlibat dalam unit pembinaan anggota. Dalam unit pembinaan anggota ini maka akan ditentukan jenjang dan posisi kader apakah sesuai dengan posisi struktur partai yang ditentukan, jadi ini membantu dengan latar belakang posisi kader yang sudah melakukan pembinaan anggota, maka mempermudah dalam melakukan manajemen organisasi partai.

Yang kedua juga dalam PKS ditekankan untuk proses kesolidan struktur dan ketaatan kepada pimpinan, ini menjadi salah satu nilai yang memperkuat manajemen organisasi sehingga seberat apapun dan sehebat apapun perdebatan yang terjadi dalam pengurusan partai semua bersepakat bahwa harus memiliki struktur yang solid dan ketaatan kepada pimpinan.

H. Media Sebagai Alat Dalam Berkampanye

Media menjadi salah satu faktor penting yang digunakan dalam berkampanye dan komunikasi politik. Saat kampanye 2019 PKS mengoptimalkan semua media baik media *online*, media sosial, dan juga media cetak. Begitu juga dengan atribut-atributisasi di lapangan, hal tersebut sangat dioptimalkan sehingga semua sarana media yang ada untuk menyampaikan

pesan gagasan dan juga visi-misi kampanye partai bisa menjangkau semua segmen masyarakat kota Depok.

Peran media juga sangat penting dalam menjalankan komunikasi politik apalagi di era *digital* seperti sekarang ini, dalam hal ini PKS juga benar-benar mengoptimalkan media sosial. Artinya setiap caleg-caleg PKS mengupdate program-program media sosial dengan program-program yang optimal terutama untuk menjangkau segmen anak muda. Tapi selain itu media sosial juga bisa menjangkau semua segmen, seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, dan lain-lain. Selain kampanye di media sosial sangat efektif dibandingkan dengan media lain, juga karena biaya yang dikeluarkan lebih sedikit.

Banyak media yang digunakan oleh PKS pada saat kampanye tahun 2019 di kota Depok, seperti media sosial, media *online*, media cetak, media iklan luar ruang seperti baliho, *banner*, spanduk, dan juga media promosi kit dalam hal ini untuk *direct selling door to door*. Intinya PKS mengoptimalkan semua sarana media komunikasi untuk menyampaikan pesan visi-misi dan juga program kampanye PKS di 2019. Setiap tema yang digunakan di media untuk berkampanye memiliki kesamaan yaitu mengikuti gagasan-gagasan politik yang ada pada saat kampanye pemilu tahun 2019.

Tidak semua kalangan dan umur menggunakan media yang sama, hal ini mempengaruhi perbedaan cara penggunaan dan hasil dari media yang digunakan tersebut. Tentu media yang digunakan sesuai dengan target umur pemilih yang ingin dicapai, misalnya seperti bagaimana *Instagram* untuk kalangan ibu-ibu, *Facebook* secara umum, dan anak muda dengan *league* yang lain. Namun sebisa mungkin PKS mengoptimalkan sarana-sarana media kampanye untuk mencapai kampanye kepada segmen pemilih politik tertentu.