

## Strategi Komunikasi Politik Sarmuji dalam Menambah Kursi Partai Golkar di Daerah Pemilihan Jawa Timur VI pada Pemilu 2024

Ahmad Rifki Nurfebriansyah<sup>1)</sup>, Yusa Djuyandi<sup>2)</sup>

<sup>1), 2)</sup> Program Studi Ilmu Politik, FISIP, Universtas Padjadjaran  
Jl. Bukit Dago Utara No. 25, Kota Bandung  
Email Koresponden : [rifkiarn@gmail.com](mailto:rifkiarn@gmail.com)

### ABSTRACT

*This research explains Sarmuji's political communication strategy in the 2024 elections. Sarmuji is an incumbent who has held a seat in the DPR RI since 2014 and was re-elected in the 2024 elections. Rationally, the opportunity to add seats in the East Java VI electoral district is quite difficult considering the dominance of the PDI-P. On the other hand, throughout the history of the 2004 to 2019 elections, the Golkar Party was only able to bag 1 seat. The aim of this research is to describe and analyze the political communication strategy used by Sarmuji so that he was able to obtain 2 seats. The theory used in this research is Anwar Arifin's Political Communication Strategy. With a conceptual basis on three aspects, namely caring for figures and strengthening institutions, creating togetherness, and building consensus. This research method uses a qualitative methodology based on case studies. The data used is through in-depth interviews and relevant sources. The results of the study show that Sarmuji applies his political communication strategy by showing the strength of his political party institutions, Sarmuji's strength, and using persuasive methods in conveying political messages. Sarmuji shows that he is a figure who is able to understand the audience with his calm and non-explosive attitude. Sarmuji also showed his courage in the political compromise to include Heru Tjahjono in his electoral district and it was proven that his decision led to the Golkar Party gaining 2 seats in the VI East Java electoral district.*

**Keywords :** *Political Communication Strategy, Election, Golkar Party*

### ABSTRAK

Penelitian ini menjelaskan mengenai strategi komunikasi politik Sarmuji dalam Pemilu 2024. Sarmuji merupakan petahana yang telah menduduki kursi DPR RI sejak 2014 dan kembali terpilih di Pemilu 2024. Secara rasional peluang menambah kursi di dapil Jatim VI cukup susah mengingat dominasi PDI-P. Disisi lain, sepanjang sejarah Pemilu 2004 hingga 2019, Partai Golkar hanya mampu mengantongi 1 kursi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan serta menganalisis bagaimana strategi komunikasi politik yang dilakukan Sarmuji sehingga mampu memperoleh 2 kursi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Politik Anwar Arifin. Dengan landasan koseptual pada tiga aspek yakni merawat ketokohan dan memantapkan kelembagaan, menciptakan kebersamaan, dan membangun konsensus. Metode penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif berdasarkan pada studi kasus. Data yang digunakan melalui wawancara mendalam serta sumber-sumber yang relevan. Hasil studi menunjukkan bahwa Sarmuji mengaplikasikan startegi komunikasi politiknya dengan menunjukkan kuatnya lembaga partai politiknya, kokohnya Sarmuji, serta menggunakan metode persuasif dalam penyampaian pesan-pesan politik. Sarmuji menunjukkan bahwa sosok yang mampu memahami khalayak dengan sikapnya yang *adem* dan tidak meledak-ledak. Sarmuji juga menunjukkan keberaniaanya dalam kompromi politik untuk memasukkan Heru Tjahjono di dapilnya dan terbukti keputusannya tersebut membawa Partai Golkar memperoleh 2 kursi di dapil VI Jatim.

**Kata Kunci :** Strategi Komunikasi Politik, Pemilu, Partai Golkar

## 1. Pendahuluan

Pemilihan umum (Pemilu) selalu menjadi pembahasan yang menarik. Terlebih belum lama ini, pagelaran Pemilu baru saja dilaksanakan. Menariknya, di Pemilu 2024 ini merupakan Pemilu serentak kedua setelah Pemilu 2019. Sangat menarik perhatian antara Pemilu 2019 dan 2024 baik pada posisi pemilihan presiden (Pilpres) maupun pemilihan legislatif (Pileg). Pemilu menjadi arena kompetisi baik itu aktor maupun partai politik. Berbagai macam upaya dan cara dilakukan untuk merebut dan meraih hati masyarakat. Pemilu menjadi seperti bola panas yang mampu berlari mencari 'mangsa' dalam masa-masa kampanye. Pun juga Pemilu menjadi suatu agenda politik yang sangat besar mulai dari tingkat tertinggi (pusat) hingga tingkat terendah (lokal). Kontestasi politik yang berkembang saat ini tidak hanya berfokus pada tingkat pusat melainkan juga kontestasi di tingkat lokal meskipun keduanya akan saling mempengaruhi (Basri, 2021; Marpaung, 2021; Nugroho, 2017).

Pada Pemilu 2024 kemarin misalnya, kemenangan Partai Golkar di Dapil VI Jawa Timur untuk kursi DPR RI sangat menarik. Pasalnya hasil dari KPU RI menetapkan Partai Golkar meraih 2 kursi setelah sebelumnya sejak Pemilu pasca Reformasi 1998 hanya 1 kursi. Perolehan 2 kursi ini didapat oleh Sarmuji yang merupakan petahana dan Heru Tjahjono yang merupakan pendatang baru (Harian Merah Putih, 2024). Partai Golkar di Dapil VI meraup suara 382.44, dengan Sarmuji 183.045, dan Heru Tjahjono 90.569 (Harian Merah Putih, 2024). Dengan perolehan suara Sarmuji demikian, menjadikannya sebagai calon legislative dengan perolehan suara terbanyak di Dapil VI.

Kemenangan yang diraih oleh Sarmuji dengan suara terbanyak di dapilnya tidak terlepas akan dugaan bahwa masih kuatnya rasa percaya dari masyarakat kepada Sarmuji yang dibarengi dengan gaya politik santunnya. Sebagai calon petahana, peluang Sarmuji untuk memenangkan pemilu tentu lebih besar daripada calon baru. Hal ini didasarkan pada petahana yang memiliki sumber daya selama memegang jabatannya guna memperkuat konstituennya (Bugiono dkk., 2023; Siboy, 2018). Dalam memperkuat seluruh kekuatan sumber daya yang dimiliki, Sarmuji tidak hanya menjalankan sendiri melainkan memerlukan kekuatan lain untuk memperkuatnya seperti partai politik.

Perlu diketahui pula bahwa di Dapil VI Jawa Timur ini kursi yang diperebutkan sebanyak 9 kursi. Dari 9 anggota DPR RI 2019-2024, 8 diantaranya kembali berkompetisi di dapil yang sama salah satunya adalah Sarmuji. Dari 8 petahana yang kembali berkompetisi, hanya satu petahana yang gagal yakni Arteria Dahlan dari PDI-P, dan muncul dua nama baru yakni Pulung Agustianto dari PDI-P dan Heru Tjahjono dari Partai Golkar (Harian Merah Putih, 2024; KPU RI, 2019; Slentingan.com, 2024). Kembalinya Sarmuji melenggang ke Senayan di 2024 ini tidak lagi seorang diri, melainkan bersama dengan Heru. Keberhasilan yang diperoleh Golkar akan 2 kursi ini dinilai sebagai suatu perjudian dan

kematangan politik Sarmuji (Azmi, 2024; barometerjatim, 2024).

Besarnya pengaruh calon dalam merebutkan kursi tidak terlepas akan partai politik itu sendiri. Dikatakan bahwa partai merupakan badan dengan orang-orang yang terorganisir dan bersatu untuk bekerja sama untuk mencapai kepentingan nasional berdasarkan prinsip-prinsip tertentu yang disepakati (Wibisono dkk., 2023). Sedangkan dalam pemilu, partai politik bagi Kumorotomo & Purbokusumo dalam Wibisono dkk (2023) dipahami bahwa partai politik memiliki perspektif dan identitas tertentu yang hal tersebut dianggap sebagai penyederhanaan pilihan bagi masyarakat. Dalam Pemilu semua partai berlomba untuk mendapatkan suara sebanyak mungkin dari masyarakat. Lombu & Jannah (2023) mengungkapkan bahwa selain berpatokan pada *parliamentary threshold* sebesar 4%, partai politik juga berlomba untuk mendapatkan kursi di masing-masing daerah pemilihan (dapil). Maka dari itu, guna mendapatkan kursi di dapil partai politik dan aktor memerlukan suatu upaya dan metode yang tepat dalam menentukan langkah seperti apa yang harus dilakukan. Dukungan utama yang wajib dilakukan adalah bagaimana para caleg mampu bermain dalam arena Pemilu. Permainan yang terjadi tersebut memerlukan adanya suatu strategi. Shorder (2010) dalam bukunya, diuraikan bahwa untuk mencapai kemenangan, perencanaan strategis diperlukan untuk mengidentifikasi kekuatan dan proses pengaruh yang ditimbulkan oleh faktor lingkungan. Sedangkan Margolis (2010) mengatakan bahwa kampanye politik adalah salah satu strategi menyampaikan pesan yang komprehensif dengan tujuan mendapatkan lebih banyak perhatian publik mengenai isu utama yang sedang dibahas.

Pesan-pesan yang tersampaikan dalam kampanye dapat berupa rencana jika terpilih, kondisi yang lebih baik dimasa mendatang atau ungkapan-ungkapan yang mampu menarik hati masyarakat. Kampanye politik berkaitan dengan cara bagaimana komunikasi antara tokoh atau partai dengan publik, karena bagian penting dari kemenangan dalam dunia politik adalah bagaimana memenangkan komunikasi publik (Ardha, 2014).

Pada proses tersebut komunikasi politik menempati posisi yang sangat penting (Chumaeson, 2021; Margolis, 2010; Newman, 1994; Reinemann, 2014). Komunikasi politik menjadi jembatan dalam penyampaian pesan-pesan kontestan kepada masyarakat. Sederhananya komunikasi politik diartikan sebagai strategi bagi para kontestan dalam melakukan upaya-upaya meraih kemenangan. Cangara dalam Wibisono dkk (2023) menjelaskan bahwa komunikasi politik akan membahas bagaimana sumber daya didistribusikan, termasuk nilai ekonomi atau kekuasaan dalam upaya memberikan kekuasaan legislatif atau eksekutif. Tujuan komunikasi politik adalah membangun citra positif bagi khalayak (Barokah dkk., 2022; Basri, 2021; Muchtar, 2016). Dalam tulisannya Arifin (2011) mengungkapkan strategi komunikasi politik adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan politik di masa depan. Lebih lanjut

Arifin (2011) menuturkan bahwa merawat ketokohan, memantapkan kelembagaan, menciptakan kebersamaan dan membangun konsensus merupakan keputusan strategis yang tepat bagi komunikator politik.

Meskipun sebenarnya telah banyak kajian terdahulu yang menguraikan bentuk strategi komunikasi politik petahana (Alhidayah, 2020; Erfan & Adnan, 2020; Hakim & Panuju, 2019) dan strategi komunikasi politik Partai Golkar (Basri, 2021; Efendi dkk., 2015; Thasimmim, 2019), kajian ini menarik karena akan memotret bentuk strategi petahana sekaligus strategi dalam menambah suara di Dapil VI. Dengan melihat bagaimana strategi yang dilakukan oleh Sarmuji sebagai calon petahana yang juga merupakan Ketua DPD Jawa Timur Partai Golkar dalam memperkuat suara partai Golkar khususnya di dapil VI Jatim sehingga mampu menambah satu kursi. Lokus Jatim VI diambil mengingat sejak pelaksanaan Pemilu pasca reformasi (1999) Partai Golkar belum pernah sama sekali memperoleh lebih dari 1 kursi. Baru pada Pemilu 2024 ini Partai Golkar mampu memperoleh 2 kursi dengan menggeser dominasi PDI-P di wilayah Jatim VI dan petahana PDI-P.

Sebagai gambaran, Sarmuji dengan nama lengkapnya Muhammad Sarmuji, S.E., M.Si. yang lahir di Surabaya, 10 Juni 1974 merupakan anggota DPR RI sejak 2014-2019, 2019-2024, dan kembali terpilih pada Pemilu 2024 untuk periode 2024-2029. Sarmuji berangkat dari Partai Golkar dengan mengawalinya melalui Angkatan Muda Partai Golkar (AMPG). Selama duduk di DPR RI, Sarmuji terpilih melalui Dapil VI Jawa Timur dan merupakan satu-satunya dari Partai Golkar yang terpilih dari dapil tersebut.

Selain duduk di DPR RI, Sarmuji juga memegang posisi sebagai Ketua Dewan Perwakilan Daerah (DPD) Provinsi Jawa Timur Partai Golkar periode 2020-2025. Dengan menjabat sebagai Ketua DPD Provinsi Jawa Timur Partai Golkar ini lah menjadi ruang bagi Sarmuji untuk menunjukkan kematangan politik dan strateginya dalam mendongkrak Partai Golkar di Jawa Timur

Tulisan ini akan memiliki manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis tulisan ini akan berkontribusi terhadap pemahaman ilmu politik khususnya pada strategi politik dan komunikasi politik. Secara praktis tulisan ini juga akan berkontribusi terhadap pemahaman masyarakat pada umumnya mengenai strategi partai politik sebagai bentuk pendidikan politik masyarakat. Dari tulisan ini diharapkan semakin menambah wawasan terhadap konsep komunikasi politik mengingat perhelatan Pemilihan kepala daerah (Pilkada) serentak tahun 2024 akan diselenggarakan dalam waktu dekat.

Metode yang digunakan dalam tulisan ini adalah kualitatif studi kasus. Menurut Creswell (2016) penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang mengeksplorasi dan memahami makna di sejumlah individu atau kelompok orang yang berasal dari masalah sosial. Sedangkan pendekatan studi kasus, merupakan studi yang mengeksplorasi suatu kasus secara mendalam, mengumpulkan informasi secara lengkap dengan

menggunakan berbagai instrumen data dalam periode waktu yang ditentukan (Creswell, 2016).

Teknik pengambilan data dilakukan melalui metode wawancara mendalam terhadap Tim Sukses Sarmuji dan Ketua DPD Partai Golkar di Kab/Kota wilayah Dapil VI Jatim (Kab/Kota Blitar, Kab/Kota Kediri, dan Kab Tulungagung) dan data sekunder dari internet yang dianggap relevan. Metode ini memungkinkan kepada peneliti untuk dapat mengeksplorasi secara mendalam bentuk strategi politik yang dilakukan oleh Sarmuji di Dapil VI Jawa Timur. Harapannya dengan data yang didapatkan mampu untuk disajikan dan dianalisis dalam menunjukkan strategi yang dilakukan oleh Sarmuji.

## 2. Pembahasan

### Terjaganya Ketokohan dan Kuatnya Kelembagaan Sarmuji

Dalam upaya menarik simpati dari hati masyarakat saat Pemilu penting untuk melakukan kampanye dengan harapan untuk dapat dipilih (Alvin, 2022). Sebagai calon petahana, Sarmuji memiliki ruang yang lebih besar daripada pendatang baru dalam melakukan kampanye politik. Peluang tersebut dapat dijadikan sebagai suatu strategi merperkokoh ketokohan Sarmuji didalam upaya menarik hati masyarakat.

Strategi ketokohan dimaknai bahwa tokoh seorang politikus sangat mempengaruhi terhadap strategi politik. Ketokohan adalah orang yang memiliki kredibilitas (*al amin*), daya tarik, dan kekuasaan (Arifin, 2011). Nimmo dalam Arifin (2011) menuliskan orang yang memiliki ketokohan dapat disebut juga sebagai pahlawan politik. Arifin (2011) juga berpendapat bahwa rakyat atau pemilih dalam pemilu memiliki kecondongan untuk memberikan pilihannya kepada pahlawan politik. Yakni kepada calon yang sesuai dengan citra jabatan ideal menurutnya. Citra jabatan ideal yang dimaksud adalah sosok yang memiliki sifat keberanian, kedewasaan, kecakapan, dan sebagainya. Citra tersebut berada dalam "rekam jejak" tokoh yang terus melekat dan dipublikasikan kepada khalayak. Di sisi lain, kemantapan lembaga politik juga berpengaruh terhadap strategi komunikasi politik.

Terpilihnya Sarmuji di 2024 ini tidak terlepas dari bagaimana dia membangun citra politik sejak 2009 dengan menjadi Tim Ahli (TA) Zainudin Amali yang sewaktu itu menjadi Anggota DPR RI Dapil VI Jatim (Wawancara S, 2024; Wawancara D, 2024; Wawancara J, 2024). Sarmuji sebagai TA memanfaatkan basis-basis Zainudin Amali untuk menunjukkan dirinya. Bukan suatu hal yang sia-sia, pada Pemilu 2014 Sarmuji yang bertarung di Dapil VI terpilih pada basis-basis Zainudin Amali (Wawancara S, 2024). Citra politik yang dibangun Sarmuji lebih banyak menyasar kepada masyarakat kelas menengah ke bawah (Wawancara S, 2024). Hal ini dilakukan Sarmuji sebagai cara membentuk dirinya bahwa dia sosok wakil rakyat yang cocok bagi masyarakat bawah. Misalnya dengan memberi bantuan sosial, mengahadirkan CSR, maupun program kemasyarakatan

lainnya (Wawancara D, 2024). Citra ketokohan ini terus dirawat oleh Sarmuji di tiap-tiap periode, sehingga pada Pemilu 2019 dan 2024 basis pemilih sebelumnya tetap terjaga dan justru perolehan suara terus bertambah.

Di samping membangun citra ketokohnya, upaya Sarmuji meletakkan strategi politiknya pada lembaga politik yang dia jaga. Partai Golkar sebagai kendaraan politik Sarmuji sejak 2014 hingga perhelatan terakhirnya di 2024 tetap dirawatnya dengan baik. Arifin (2011) menuturkan bahwa ketokohan dan citra politik seseorang dapat semakin meningkat saat hal tersebut didukung oleh lembaga yang kuat. Lembaga ini dalam konteks politik dapat berupa partai politik, parlemen, pemerintahan, ataupun lembaga yang dapat menjadi wadah kerja sama dalam mencapai tujuan politik.

Terpilihnya Sarmuji sebagai Ketua DPD Partai Golkar Provinsi Jawa Timur di 2020 yang lalu memberikannya posisi yang strategis. Hal ini semakin memudahkannya komunikasi Sarmuji di dalam internal partai baik kepada pengurus pusat maupun pengurus di level Kab/Kota. Upaya memperkuat ini Sarmuji mulai dengan manajemen organisasi internal partai yang efektif. Sarmuji selalu melakukan komunikasi intensif dengan pengurus partai baik DPD Tingkat I maupun II (Wawancara S, 2024, Wawancara A, 2024). Komunikasi itu dilakukan untuk mengetahui permasalahan di lapangan secara langsung. Hal itu akhirnya menciptakan hubungan baik antara Sarmuji dengan internal Partai Golkar di Kab/Kota.

Di samping itu Partai Golkar sebagai kendaraan Sarmuji mampu membawanya untuk mencari dukungan dalam mempromosikan Sarmuji. Simpatisan Partai Golkar yang ada menjadi pendukung penting dalam mempromosikan Sarmuji. Hal ini berpengaruh dalam menekan biaya karena telah terpegangnya tokoh atau lembaga masyarakat sehingga komunikasi yang terjalin mudah tersampaikan dan dapat terkendali. Ini dapat dilihat misalnya di Tulungagung yang merupakan, warga desa dengan mengatasnamakan Forum Kerukunan Warga Tulungagung (FKWT) melakukan doa bersama dengan tujuan mendukung Partai Golkar khususnya agar Sarmuji terpilih kembali sebagai Anggota DPR RI (Supriyono dalam Yudhie, 2024).

### Suksesnya Sarmuji Memahami Khalayak

Beberapa studi memberikan pandangan bahwa individu dalam menerima suatu pesan sesungguhnya dipengaruhi oleh kelompok dan masyarakat. Dalam mencapai tujuan komunikasi politik, menciptakan kebersamaan menjadi satu hal penting yang harus dijalankan dengan tepat. Menciptakan kebersamaan dilakukan oleh seorang politisi sebagai upaya membangun pesan yang serupa antara politisi dan masyarakat. Dalam hal ini diperlukan suatu keselarasan dan kesamaan diantara politisi dan masyarakat.

Arifin (2011) dalam tulisannya menguraikan beberapa bagian yang menjadi bagian penilaian dalam membentuk hubungan yang terjalin erat. Bagian tersebut meliputi pemahaman pada khalayak, perencanaan pesan persuasif, penentuan strategi, serta pemilihan dan

penggunaan media secara pas. Menciptakan kebersamaan ini dapat terbentuk salah satunya melalui hubungan antara partai politik dan kandidat serta dengan masyarakat sebagai pasar utamanya. Mengapa hubungan ini penting, karena perbedaan sudut pandang memerlukan sesuatu hal yang dipersamakan agar tujuan utama tercapai. Hubungan yang terjadi pada partai politik atau calon terhadap khalayak merupakan hubungan literasi, dimana antar pihak akan membangun pemahaman bersama (Arasid dkk., 2022). Dalam memahami khalayak penting dilakukan komunikasi persuasif kepada masyarakat.

Bagi Sarmuji, memahami khalayak sangat penting dalam kontestasi Pemilu. Dalam memahami khalayak tersebut akan dilihat bagaimana kondisi di lapangan, karakter masyarakat, serta strategi apa yang kemudian akan dibangun di arena pertempuran. Sarmuji bertarung di Dapil VI Jatim pada Pemilu 2024. Dengan wilayah tersebar di 5 kab./kota, yakni Kab/Kota Blitar, Kab/Kota Kediri, dan Kab Tulungagung. Kelima wilayah tersebut, sejak pasca reformasi 1998 atau pada Pemilu 1999 hingga 2019 keterwakilan kursi terbanyak dipegang oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P). Hal tersebut dapat diamati pada tabel berikut.

Tabel 1 Sebaran Kursi DPR RI Dapil VI Jatim sejak Pemilu 1999 s.d. 2024

(Sumber: diolah penulis dari berbagai sumber)

Partai Politik	Pemilu					
	1999	2004	2009	2014	2019	2024
<b>PDI-P</b>	5	3	3	3	3	2
<b>PKB</b>	3	3	1	1	2	2
<b>Golkar</b>	-	1	1	1	1	2
<b>Demokrat</b>	-	1	2	1	-	-
<b>PAN</b>	-	1	1	1	1	1
<b>Gerindra</b>	-	-	1	1	1	1
<b>Nasdem</b>	-	-	-	1	1	1
<b>Kursi</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>

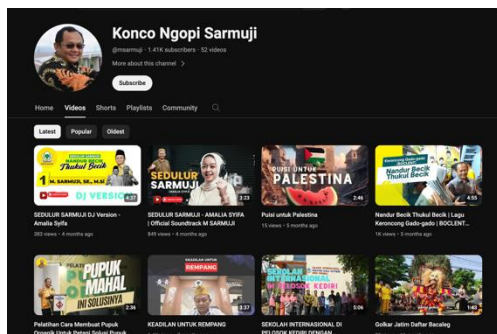
Perolehan suara Partai Golkar secara konsisten sejak Pemilu 2004 hingga 2019 sejumlah 1 kursi dan baru di Pemilu 2024 bertambah menjadi 2 kursi. Secara periode Sarmuji mengisi kursi Partai Golkar mulai Pemilu 2014, 2019, dan 2024.

Dalam memahami karakter masyarakat Dapil VI khususnya Blitar Raya (Kab/Kota Blitar) yang dikenal kalem, Sarmuji mengambil basis-basis suara Arteria Dahlan yang merupakan petahana PDI-P untuk memperkuat suara Partai Golkar. Hal ini dapat dilakukan oleh Sarmuji dan Partai Golkar atas dasar sikap Arteria semasa menjabat sering membawa narasi menakuti masyarakat (Wawancara S, 2024). Karakter Sarmuji yang adem membuatnya menjadi mudah untuk diterima masyarakat.

Proses untuk menarik simpati masyarakat dilakukan oleh Sarmuji dengan memberikan pesan persuasif secara terus menerus. Dalam berbagai kesempatan, Sarmuji sering berusaha memberikan pesan mengenai kehadirannya ditengah-tengah masyarakat. Misalnya dalam media kampanye dicantumkan “*Sedulur Sarmuji, Nandur Becik Tukhul Becik*”.



Gambar 1. Pamflet Kampanye Sarmuji  
Sumber: facebook @M. Sarmuji, S.E., M.M. tanggal 10 Februari 2024



Gambar 2. Tangkapan Layar Channel Youtube Sarmuji  
Sumber: Youtube @m.sarmuji

“*Sedulur Sarmuji, Nandur Becik Tukhul Becik*” dapat dimaknai sebagai bentuk pesan yang ingin disampaikan Sarmuji bahwa dia adalah *sedulur* (dalam Bahasa Indonesia saudara) masyarakat. Penggunaan diksi *sedulur* mengirimkan isyarat kepada masyarakat bahwa mereka semua adalah saudara Sarmuji. Seseorang yang dianggap sebagai saudara dalam karakter masyarakat Jawa sangat mendalam. Makna saudara mengartikan batas antara masyarakat dan Sarmuji itu tidak ada. Kemudian pada “*Nandur Becik Tukhul Becik*” yang dalam Bahasa Indonesia dapat diartikan “Menanam yang baik, tumbuh baik” dimaknai bahwa Sarmuji dalam menjadi wakil rakyat ini adalah untuk sesuatu yang baik dengan harapan akan tumbuh hal baik pula. Hal ini terimplementasi saat Sarmuji menjabat sejak 2014, realisasi dalam bentuk program-program kepada masyarakat (Wawancara J, 2024; Wawancara S, 2024).

Perolehan suara Sarmuji sejak 2014 hingga 2024 terus mengalami kenaikan. Pada Pileg 2019, perolehan suara Sarmuji sebesar 137.110 merupakan suara terbanyak di Dapil VI Jatim (KPU RI, 2019). Pada Pileg 2024 CNN Indonesia (2024) suara sementara Sarmuji sebesar 144.484 menjadi suara tertinggi untuk caleg di Dapil VI Jatim sekaligus terbanyak kedua se-Jawa Timur.

Pada konteks memilih media, Arifin (2011) mengungkapkan bahwa memilih media dalam

komunikasi politik harus dilakukan secara teliti serta dengan memperhatikan sistem komunikasi politik di suatu negara agar dapat menyesuaikan dengan kondisi masyarakat. Sarmuji menggunakan media sebagai bagian dalam upaya mengenalkan diri Sarmuji. Hal ini dilakukan baik secara tatap muka langsung maupun media massa dan media sosial. Dalam media sosial, Sarmuji secara gencar mewajibkan seluruh kader Partai Golkar untuk sering membuat postingan kegiatan di masing-masing akun media sosial partai (Wawancara D, 2024). Menurut pernyataan tersebut hal ini sangat berdampak pada perolehan suara Pemilu 2024 di Partai Golkar (Wawancara S, 2024).

### Membangun Konsensus

Jalan strategis yang terakhir dalam menuju tujuan komunikasi politik adalah dengan membangun konsensus yang baik. Arifin (2011) menguraikan bahwa konsensus yang baik harus terbangun antara para politikus dalam satu partai politik maupun antara politikus dari partai politik yang berbeda. Umumnya konsensus akan dengan mudah terbangun dalam suasana rapat, lobi, maupun dialog-dialog. Dalam membangun konsensus seorang kandidat harus memiliki kemampuan berkompromi terlebih apabila terjadi konflik, perbedaan pendapat, dan pandangan (Faiza, 2019).

Kompromi dapat diungkapkan dengan melakukan pendekatan kekeluargaan, *humanism* dan mencari cara pandang yang sama dengan melibatkan tokoh, partai, ormas, tim sukses, serta elemen-elemen yang dianggap penting (Sofyan, 2020). Dalam proses kompromi tersebut, konflik yang berpotensi terjadi akan dapat terselesaikan dengan memulainya kesediaan membuka diri. Seorang politikus yang akan melakukan kompromi guna menemukan sebuah solusi dengan membangun konsensus wajib memulainya dengan kesediaan membuka diri (Faiza, 2019).

Sarmuji sebagai caleg tidaklah datang sendiri, melainkan terdapat organisasi di belakangnya yakni Partai Golkar. Seperti diketahui bahwa antara individu dan partai politik terkadang bisa saja memiliki cara pandang yang berbeda (Arasid dkk., 2022). Maka hal tersebut harus didasari dengan adanya kepercayaan dan keyakinan. Hal ini terjadi saat Sarmuji melakukan penataan strategi Partai Golkar di Jawa Timur. Posisinya ada dua, sebagai Ketua DPD Partai Golkar Jawa Timur dan juga sebagai calon legislatif yang akan bertarung.

Apabila melihat suara yang didapatkan pada Pemilu 2019, potensi perolehan Sarmuji untuk di 2024 masih bisa didapatkan kembali. Keraguan tersebut muncul saat hadirnya Heru Tjahjono yang merupakan mantan Bupati Tulungagung (2003-2013) dan Mantan Sekretaris Daerah (Sekda) Provinsi Jawa Timur (2018-2022). Masuknya nama Heru yang dinilai memiliki basis kuat di wilayah Kab. Tulungagung dinilai berpotensi menggerus Sarmuji yang merupakan *incumbent* meskipun dari partai yang sama (Wawancara S, 2024). Penolakan terjadi saat rapat internal Partai Golkar antara DPD tingkat Provinsi dengan DPD Kab/Kota di Jawa Timur.

Menghadapi respon yang demikian, Sarmuji berusaha menempatkan posisinya sebagai Ketua DPD. Sehingga upaya membangun consensus dilakukan dengan komunikasi yang melibatkan pendekatan hubungan politik individu. Semakin tepat tembakan tokoh, dampak yang didapatkan semakin signifikan. Potensi Heru terpilih sangatlah besar dan banyak partai besar memining Heru untuk bergabung dalam partainya (Wawancara S, 2024). Kedekatan dan kelihain Sarmuji dalam melakukan pendekatan kepada Heru yang kemudian menjadikan Heru bersedia untuk berada di gerbong Partai Golkar. Atas dasar tersebut Sarmuji semakin bulat dan berhasil melakukan lobby terhadap internal partai akan tujuan utama memperkuat suara Golkar di Jawa Timur dengan menggandeng Heru (Wawancara D, 2024). Surokim dalam wawancaranya dengan barometerjatim (2024) mengatakan kepemimpinan Sarmuji di Golkar mengesampingkan ego pribadi yang terbukti dengan 'perjudian' menempatkan caleg dengan nama besar, yakni Heru Tjahjono di dapil Sarmuji sendiri.

Secara konseptual, yang dilakukan Sarmuji dalam upaya mencapai konsensus politik adalah membentuk hubungan politik antara pimpinan tokoh masyarakat dan dengan khalayak. Dalam konteks ini, kandidat akan membuat ikatan janji-janji politik dalam membangun capaian suara kemenangan. Secara praktis, mencapai bentuk kesepakatan tersebut merupakan bentuk-bentuk penyampaian pesan politik. Pelaksananya harus dengan berhati-hati karena akibat yang ditimbulkan bisa saja fatal.

Strategi membangun konsensus yang dilakukan Sarmuji terlihat membawa dampak yang signifikan. 'perjudian' Sarmuji terhadap pencalonan Heru Tjahjono di dapil bertarungnya. Heru Tjahjono berhasil bertaruh suara dan mendapatkan kursi untuk melenggang ke senayan. Heru mampu mengumpulkan 90.569 suara dan bahkan lebih tinggi dari *incumbent* PDI-P Arteria Dahlan yang mendapatkan 62.242 suara (Slentingan.com, 2024). Heru kemudian akan tampil sebagai pendatang baru ditengah para *incumbent* dengan suara yang besar. Keberhasilan Partai Golkar ini dinilai sebagai bentuk kematangan politik Sarmuji (Kanal Indonesia, 2024).

### 3. Kesimpulan

Hasil dari uraian yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa Sarmuji melakukan strategi komunikasi politik dalam pemilihan legislatif tahun 2024. Dalam mengadopsi strategi komunikasi politik Anwar Arifin, Sarmuji terlihat mengaplikasikan strategi merawat ketokohan dan memantapkan kelembagaan, menciptakan kebersamaan, dan membangun konsensus.

Dalam strategi merawat ketokohan dan memantapkan kelembagaan, Sarmuji terlihat menunjukkan sifat *keademannya* dan selalu tenang tidak meledak-ledak. Posisinya sebagai Ketua DPD Partai Golkar Jawa Timur menjadikan Sarmuji kuat dalam mengokohkan kelembagaannya. Dilain sisi, komunikasi yang dibangun Sarmuji secara kuat terhadap internal partai memperkokoh jalinan ini baik saat Pemilu berlangsung maupun telah usai.

Strategi menciptakan kebersamaan Sarmuji menunjukkan sisi "*Sedulur Sarmuji, Nandur Becik Tukhul Becik*" yang mengartikan seluruh masyarakat adalah saudara Sarmuji, dan Sarmuji berharap menanam kebaikan agar tumbuh kebaikan pula. Hal tersebut tampak pada alat peraga kampanye, media masaa, dan media sosial Sarmuji.

Sedangkan dalam membangun konsensus tampak Sarmuji melakukan lobi dan kompromi guna mendongkrak suara dirinya dan Partai Golkar. Hal tersebut terlihat dari 'perjudian' Sarmuji memasukkan Heru Tjahjono di dapilnya dengan risiko yang tinggi. Namun dengan kematangan politiknya, Sarmuji berhasil meraup suara terbanyak se Dapil VI Jatim sekaligus membawa Heru Tjahjono melenggang ke senayan. Sarmuji telah memberikan gambaran bahwa startegi yang dilakukan dengan benar akan berbuah benar. Demikan hal tersebut yang selaras dengan slogan Sarmuji. Atas kerja keras tersebut, Partai Golkar untuk pertama kalinya sejak Pemilu 1999 berhasil menduduki 2 kursi di dapil VI Jawa Timur.

### Daftar Pustaka

- Alhidayah, A. Y. (2020). Strategi Komunikasi Politik Rohidin Mersyah sebagai Calon Petahana Pilkada 2020 Provinsi Bengkulu. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 1(1), 18–23. <https://doi.org/10.54895/jkb.v1i1.302>
- Alvin, S. (2022). Strategi Komunikasi Politik Caleg PSI Lolos DPRD Kota Bandung di Pemilu 2019. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(4), 312–323. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i4.1167>
- Asrid, M. I., Djuyandi, Y., & Sumadinata, R. W. (2022). Strategi Komunikasi Politik Untuk Memperoleh Dukungan Pemuda Dalam Pilkada Kota Serang: Studi Pada Pasangan Calon Syafrudin-Subadri. *Jurnal Sosial Politik*, 8(1), 62–77. <https://doi.org/10.22219/jurnalsospol.v8i1.12779>
- Ardha, B. (2014). Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 di Indonesia. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(01). <http://dx.doi.org/10.22441/visikom.v13i1.383>
- Arifin, A. (2011). *Komunikasi Politik: Filsafat-Paradigma-Teori-Strategi dan Komunikasi Politik di Indonesia*. Graha Ilmu.
- Azmi, F. (2024, Maret 5). *Kursi Golkar Naik, Pengamat Singgung Faktor Kematangan Politik Sarmuji*. detikJatim. <https://www.detik.com/jatim/berita/d-7226394/kursi-golkar-naik-pengamat-singgung-faktor-kematangan-politik-sarmuji>
- Barokah, F., Maryanah, T., Darmastuti, A., & Hertanto, H. (2022). Disrupsi Politik: Peluang dan Tantangan Partai Politik Baru Jelang Pemilu 2024. *Nakhoda: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 21(1), 1–13. <https://doi.org/10.35967/njip.v21i1.273>



- barometerjatim. (2024, Maret 5). *Gaya Politik Sarmuji Bikin Kursi Golkar Melesat di Jatim, Pakar: Saya Kaget Berani Pasang Heru Tjahjono!* <https://www.barometerjatim.com/news-9226-gaya-politik-sarmuji-bikin-kursi-golkar-melesat-di-jatim-pakar-saya-kaget-berani-pasang-heru-tjahjono>
- Basri, H. (2021). Strategi Komunikasi Politik DPD Partai Golkar Pada Pemilu Legislatif Aceh Tengah 2019. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 22–32. <https://doi.org/10.14710/interaksi.10.1.22-32>
- Bugiono, Herawati, N., & Rahmaniah, E. (2023). Strategi Komunikasi Politik Sukiryanto Dalam Pemenangan Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia (DPD RI) di Kalimantan Barat Tahun 2019. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 8549–9562. <https://doi.org/10.31004/innovative.v3i5.5913>
- Chumaeson, W. (2021). Strategi Komunikasi Politik Gkr Ayu Koes Indriyah Anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPD RI) Dapil Jawa Tengah Periode 2014 - 2019 Terhadap Konstituennya di Provinsi Jawa Tengah. *JURNAL EKONOMI, SOSIAL & HUMANIORA*, 03(01), 10–17.
- CNN Indonesia. (2024, Maret 2). *5 Caleg Suara Terbanyak di Jatim Berdasarkan Real Count KPU 2 Maret*. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20240302130257-617-1069587/5-caleg-suara-terbanyak-di-jatim-berdasarkan-real-count-kpu-2-maret>
- Creswell, J. (2016). *Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran* (Keempat). Pustaka Pelajar.
- Efendi, P., Muktiyo, W., & Hastjarjo, S. (2015). Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Partai Golkar dalam Memenangkan Pemilihan Umum 2014 di Kabupaten Sragen. *JIK (Jurnal Ilmu Komunikasi)*, 13(3), 273–286. <https://doi.org/10.31315/jik.v13i3.1465>
- Erfan, M., & Adnan, I. Z. (2020). *Strategi Kampanye Politik Kandidat Petahana di Daerah Rentan Kalah (Studi Kasus di Garut)*. 6(1). <https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/commed/article/view/5526>
- Faiza, L. (2019). Strategi Komunikasi Politik Pks Pada Pemilihan Umum (Pemilu) Tahun 2019 di Kota Pekanbaru. *JDP (JURNAL DINAMIKA PEMERINTAHAN)*, 2(2), 140–151. <https://doi.org/10.36341/jdp.v2i2.946>
- Hakim, A., & Panuju, R. (2019). Strategi Komunikasi Politik DPC PDI Perjuangan Surabaya Pada Pemilu Legislatif 2019. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 14(1), 187. <https://doi.org/10.14421/jsr.v14i1.1701>
- Harian Merah Putih. (2024, Maret 15). *Rapat Pleno KPU RI Sahkan Rekapitulasi Suara DPR RI dari Jawa Timur*. <https://m.harianmerahputih.id/baca-14085-rapat-pleno-kpu-ri-sahkan-rekapitulasi-suara-dpr-ri-dari-jawa-timur>
- Kanal Indonesia. (2024, Maret 5). *Ketenangan Secara Internal Kematangan Berpolitik Sarmuji Disebut Pengamat jadi Faktor Kursi Golkar Jatim Naik*
- KPU RI. (2019). *Keputusan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor: 1318/PL.01-9-Kpt/06/KPU/VIII/2019 Tentang Penetapan Calon Terpilih Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia Dalam Pemilihan Umum Tahun 2019*. Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia. [https://jdih.kpu.go.id/data/data\\_kepkpu/KPT%201318%20THN%202019.pdf](https://jdih.kpu.go.id/data/data_kepkpu/KPT%201318%20THN%202019.pdf)
- Lombu, R. J., & Al Jannah, D. (2023). Strategi Kampanye hingga Peran Partai pada Pencalonan Legislatif Petahana dan Pendaftar Baru Tahun 2019. *Jurnal Pemerintahan dan Politik*, 8(4), 286–294. <https://doi.org/10.36982/jpg.v8i4.3454>
- Margolis, M. (2010). Typing Politics: The Role of Blogs in American Politics, by Richard Davis. *Political Communication*, 3(1), 218–221. <https://doi.org/10.1080/10584601003711593>
- Marpaung, L. I. (2021). Strategi Kampanye Partai Golkar Dalam Pemilihan Legislatif Surabaya 2014. *Jurnal Politik Muda*, 3(2), 101–110.
- Muchtar, K. (2016). Komunikasi Politik dan Pembentukan Citra Partai. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(2), 136. <https://doi.org/10.31315/jik.v14i2.2127>
- Newman, B. I. (1994). *The marketing of the president: Political marketing as campaign strategy*. Sage Publications.
- Nugroho, H. S. (2017). Membangun Konsensus Dan Mengelola Konflik Kerjasama Pemerintah-Swasta Dalam Penyediaan Air Bersih. *Sawala: Jurnal Administrasi Negara*, 5(1). <https://doi.org/10.30656/sawala.v5i1.463>
- Reinemann, C. (2014). Political Communication. *De Gruyter Mouton*, 18. <https://doi.org/10.1515/9783110238174>
- Schröder, P. (2010). *Strategi Politik* (A. Agoesman, Penerj.; 3 ed.). Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit, Indonesia.
- Siboy, A. (2018). *Kemenangan Petahana (Incumbent) Pada Pilkada 2015 Di Kota Surabaya Dan Kabupaten Malang: Strategi Politik Dan Marketing Politik*. 3.
- Slenting.com. (2024, Maret 12). *Heru Tjahjono Singkirkan Arteria Dahlan dari Kursi DPR RI*. <https://slenting.com/berita/11231/heru-tjahjono-singkirkan-arteria-dahlan-dari-kursi-dpr-ri/>
- Sofyan, N. (2020). Strategi Komunikasi Politik Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPU) Kabupaten Temanggung Dalam Pilkada Jateng 2013. *Jurnal Audience*, 3(2), 207–223. <https://doi.org/10.33633/ja.v3i2.3720>
- Thasimmim, S. N. (2019). *Strategi Komunikasi Politik Partai Golkar Dalam Memenangkan Pemilu Legislatif DPRD Kabupaten Karimun Periode 2019-2024*. 1(1).
- Wibisono, D. D., Puspa, R., & Widodo, S. (2023). Strategi Komunikasi Politik Partai Golkar dalam Mempertahankan Suara Partai Sebagai Partai Tengah. *EDU SOCIETY: JURNAL PENDIDIKAN, ILMU SOSIAL DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 3(1), 832–842. <https://doi.org/10.56832/edu.v3i1.284>

Yudhie. (2024, Januari 4). *Gelar Doa Bersama, Puluhan Warga Doakan Sarmuji Terpilih Lagi di DPR RI* [Indonesianews.TV].