



PKS dan Kampanye Politik Model Dakwah: Studi Kasus Ayi Kusmiati Caleg DPRD Cimahi Pada Pileg 2024

Najla Dara Ayunda*, Chifra Zeila Pramesyanti, Muhamad Kahar Mudzakar Ramzy Sarman, Bagus Dwi Andhika, Muhammad Kevin Claudio, Abdul Ghofur

Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bentuk kampanye politik model dakwah yang diterapkan oleh Ayi Kusmiati sebagai calon legislatif dari Partai Keadilan Sejahtera (PKS) pada Pemilu Legislatif 2024 di Kota Cimahi. Fokus kajian mencakup strategi dakwah yang digunakan dalam kampanye serta efektivitasnya dalam menarik simpati pemilih, sekaligus mengidentifikasi tantangan dan peluang dari pendekatan kampanye dakwah di tingkat daerah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara daring dan dokumentasi sekunder dari media sosial dan publikasi resmi PKS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kampanye Ayi Kusmiati berakar pada pendekatan dakwah kultural dan sosial, seperti pengajian, silaturahmi, kegiatan bersama ibu-ibu, dan aksi sosial masyarakat. Strategi ini efektif membangun kedekatan emosional antara kandidat dan pemilih, khususnya di kalangan perempuan muslim. Pendekatan yang bersifat personal ini membuat pesan politik lebih mudah diterima dan dipercaya. Namun, kampanye dakwah juga menghadapi tantangan seperti risiko eksklusivitas identitas politik dan keterbatasan jangkauan ke pemilih non-muslim. Keberhasilan PKS dalam memperoleh 9 kursi DPRD Cimahi menunjukkan bahwa strategi ini memiliki daya tarik yang kuat, tetapi perlu narasi yang lebih inklusif agar relevan dengan pluralitas masyarakat. Kampanye dakwah terbukti mampu menggabungkan nilai religius dan komunikasi politik yang membumi, selama tetap adaptif terhadap dinamika sosial-politik lokal.

Kata Kunci: PKS, Kampanye Politik, Model Dakwah, Ayi Kusmiati, Pileg 2024.

DOI:

<https://doi.org/10.53697/iso.v5i1.2648>

*Correspondence: Najla Dara Ayunda

Email:

2310413170@mahasiswa.upnvj.ac.id

Received: 14-04-2025

Accepted: 12-05-2025

Published: 22-06-2025



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This study aims to examine the form of da'wah model political campaign applied by Ayi Kusmiati as a legislative candidate from the Prosperous Justice Party (PKS) in the 2024 Legislative Election in Cimahi City. The focus of the study includes the da'wah strategy used in the campaign and its effectiveness in attracting voter sympathy, as well as identifying the challenges and opportunities of the da'wah campaign approach at the regional level. This research uses a qualitative approach with a case study method, with data collection techniques through online interviews and secondary documentation from social media and official PKS publications. The results show that Ayi Kusmiati's campaign strategy is rooted in cultural and social da'wah approaches, such as recitation, gathering, activities with mothers, and community social action. This strategy is effective in building emotional closeness between candidates and voters, especially among Muslim women. This personal approach makes political messages easier to accept and trust. However, da'wah campaigns also face challenges such as the risk of exclusivity of political identity and limited reach to non-Muslim voters. PKS's success in gaining 9 seats in the Cimahi DPRD shows that this strategy has strong appeal, but needs a more inclusive narrative to be relevant to the plurality of society. The da'wah campaign has proven capable of combining religious values and down-to-earth political communication, as long as it remains adaptive to local socio-political dynamics

Keywords: PKS, Political Campaign, Da'wah Model, Ayi Kusmiati, 2024 Legislative Elections.

Pendahuluan

Pemilihan umum (Pemilu) tahun 2024 di Indonesia merupakan pertanda momen penting dalam lanskap politik di negara ini, dengan berbagai dinamika dan tantangan yang menentukan jalannya kampanye dan hasil pemilu. Kampanye ini bukan hanya mencerminkan persaingan politik saja, tetapi juga mengemukakan isu-isu mendasar yang mendorong stabilitas demokrasi di Indonesia. Dalam negara demokrasi ini, pemilihan umum pemimpin di tiap tingkatan pemerintahan adalah hal yang harus, terkhusus sejak reformasi berjalan. Maka dari itu demokrasi Indonesia ini sudah berjalan dengan berbagai dinamika yang mewarnainya.

Pemilihan umum (Pemilu) bukan sekedar kontestasi politik biasa, maka dari itu wajib hukumnya untuk mempersiapkan 'pertandingan politik' yang akan dihadapi masing-masing kandidat mengingat calon pemimpin biasanya lebih dari satu kandidat. Para kandidat berlomba-lomba untung dapat menarik perhatian suara pemilih, salah satu caranya dengan diadakannya kampanye politik. Kampanye politik adalah upaya tersistem yang berusaha mempengaruhi proses pengambilan keputusan dalam kelompok tertentu (Fatimah, S., 2018). Proses kampanye politik di Indonesia sampai saat ini masih terbilang wajar dan sejalan sebagaimana mestinya. Dalam kampanye politik, hal yang penting ialah mengenai pesan-pesan yang akan disampaikan oleh kandidat. Setiap kandidat berusaha membawa tema maupun topik tertentu untuk ditawarkan pada masyarakat.

Partai Keadilan Sejahtera (PKS) merupakan partai politik dakwah yang menyelipkan nilai-nilai Islam, supremasi melalui ideologi dan kegiatan kebudayaan partai yang mengacu pada usaha suatu partai politik atau kelompok untuk dapat mendominasi dan menstimulasi opini serta nilai-nilai dalam masyarakat dengan cara menggunakan ideologi dan kegiatan kultural. PKS dikenal mempunyai ideologi nasionalis agamis, yang menggambarkan pandangan bahwa ideologi negara dan ideologi Islam dipergunakan sebagai landasan untuk keadilan dan kesejahteraan nasional. Ini merupakan pendekatan holistik terhadap agama dan politik (Asy'ari, s., 2010). PKS dipandang sebagai fenomena yang unik dalam politik Indonesia karena perannya sebagai partai Islam di Indonesia yang secara terbuka berpartisipasi pada sistem politik yang cenderung sekunder. Adanya PKS merupakan suatu keragaman politik di Indonesia dan kompleksitas dinamika antara Islam dan Politik (Khadijah, S., 2024).

Pada salah satu temuan penelitian terdahulu yang berjudul "Politik sebagai Dakwah: Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera" ditulis oleh (Suryana, C., 2021) menjelaskan, bagaimana Partai Keadilan Sejahtera (PKS) mengintegrasikan aktivitas politik dengan misi dakwah Islam, menjadikan politik sebagai medium penyampaian nilai-nilai keislaman yang bersifat universal. Dengan menggunakan metode fenomenologi, penelitian ini mengeksplorasi konsep dakwah yang dianut PKS yang banyak terinspirasi dari pemikiran Hasan Al-Banna dan gerakan Ikhwanul Muslimin. Dalam konteks ini, dakwah tidak hanya dipahami sebagai aktivitas keagamaan, tetapi juga mencakup pembentukan masyarakat adil dan sejahtera melalui jalur politik. PKS mengembangkan dua pola komunikasi politik utama: pertama, komunikasi internal melalui halaqah, kajian Islam, dan pembinaan kader; kedua, komunikasi eksternal yang dilakukan dalam konteks elektoral seperti pilkada

melalui kegiatan sosial, pengajian umum, serta sosialisasi door-to-door. Artikel ini menekankan bahwa strategi komunikasi PKS tidak hanya bersifat politis, tetapi juga merupakan ekspresi nilai-nilai dakwah yang berkelanjutan. Konsep dakwah yang dikembangkan PKS bersifat transformatif, dengan tujuan membentuk masyarakat yang religius, adil, dan berkeadaban dalam kerangka negara bangsa. Dengan demikian, jurnal ini memberi perspektif bahwa aktivitas politik partai tidak semata-mata untuk meraih kekuasaan, tetapi juga sebagai sarana dakwah sosial yang terstruktur, sistematis, dan berorientasi pada pemberdayaan umat secara menyeluruh. Konsep politik sebagai dakwah dalam jurnal Cecep Suryana (2021) relevan dengan kampanye Ayi Kusmiati pada Pileg 2024. Sebagai partai dakwah, PKS memandang politik sebagai sarana menyampaikan nilai-nilai Islam secara universal. Kampanye Ayi Kusmiati mencerminkan pola komunikasi PKS, yaitu melalui kegiatan sosial, pengajian, dan silaturahmi yang menyentuh langsung masyarakat. Strategi ini tidak hanya bersifat elektoral, tetapi juga merupakan bagian dari dakwah sosial-politik yang memperkuat identitas PKS sebagai partai yang mengedepankan nilai keagamaan dalam praktik politik.

Dalam konteks ini, pendekatan kampanye yang digunakan yang digunakan oleh Partai Keadilan Sejahtera (PKS), khususnya melalui studi kasus Ayi Kusmiati, calon legislatif (Caleg) DPRD Kota Cimahi pada Pemilu Legislatif 2024. Kampanye yang dilaksanakan Ayi Kusmiati mencerminkan model dakwah yang menjadikan model dakwah itu sebagai ciri khas PKS, yang dimana nilai-nilai keagamaan dan pendekatan spiritual dijadikan fondasi dalam membangun komunikasi politik dengan masyarakat. Dikutip dari website official DPW PKS Jawa Barat yang berjudul "*Spesial Menu Kampanye Pemilu*" yang di upload pada 11 Desember 2023, pada berita tersebut Ayi Kusmiati menggaris bawahi faktor ruqyah. "Kemenangan Dakwah akan teraih, manakala niat murni tak goyah, dibarengi kekuatan sujud. Insya Allah impian PKS menang di 2024 akan terwujud," demikian Ayi menebar optimis yang disampaikan pada kalangan ibu-ibu Kota Cimahi yang hadir untuk berkumpul bersama (website official DPW PKS Jawa Barat). Dari latar belakang tersebut, hal inilah yang mendorong ketertarikan penulis untuk membahas lebih lanjut mengenai Partai Keadilan Sejahtera (PKS) disangkut-pautkan pada hal-hal bercorak Islam yang dituangkan ke dalam berpolitik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk kampanye politik model dakwah yang digunakan oleh Ayi Kusmiati sebagai calon legislatif dari Partai Keadilan Sejahtera (PKS) pada Pileg 2024 di Kota Cimahi. Fokus kajian meliputi strategi dakwah yang diterapkan dalam kampanye politik tersebut serta efektivitasnya dalam menarik simpati pemilih. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis tantangan dan peluang yang muncul dari penerapan model kampanye politik berbasis dakwah dalam konteks kontestasi politik tingkat daerah.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus untuk menggambarkan secara mendalam tentang bagaimana Partai Keadilan Sejahtera (PKS) menerapkan strategi kampanye politik berbasis model dakwah yang dilakukan oleh Ayi

Kusmiati sebagai caleg PKS DPRD Cimahi pada Pemilu Legislatif 2024. Pendekatan ini digunakan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai strategi kampanye politik PKS. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menelaah proses kampanye secara holistik, termasuk nilai-nilai dakwah Islam yang disisipkan dalam komunikasi politik (Suryana, C., 2021). Metode studi kasus memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi kehidupan nyata dan sistem terbatas kontemporer dengan pengumpulan data yang detail dan mendalam (Paradita, W. D., & Lestari, P., 2020).

Penelitian ini menggunakan data primer dan instrumen wawancara digunakan dalam pengumpulan data penunjang. Instrumen penelitian berupa Wawancara yang merupakan bentuk komunikasi antara peneliti dengan narasumber yang bertujuan untuk mendapatkan informasi dan mengkonfirmasi data yang diperoleh dari hasil wawancara (Rahardjo, M., 2011). Wawancara dengan narasumber akan dilakukan secara daring menggunakan aplikasi Zoom karena keterbatasan jarak antara narasumber dengan peneliti. Data yang diperoleh dari wawancara secara daring ini memungkinkan peneliti memperoleh data primer yang berkaitan langsung dengan kampanye dakwah PKS yang diusung oleh Ayi Kusmiati sebagai Caleg DPRD Cimahi pada Pileg tahun 2024.

Penelitian ini juga menggunakan data sekunder sebagai data pendukungnya. Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini antara lain, penelitian terdahulu seperti artikel ilmiah dan beberapa arsip laporan publikasi dari berbagai instansi. Dengan menggunakan kedua sumber data pada metodologi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil gambaran yang komprehensif terkait strategi kampanye dakwah yang dilakukan Ayi Kusmiati sebagai Caleg DPRD Cimahi pada Pileg tahun 2024. Pendekatan ini juga diharapkan dapat memperluas validitas dari setiap temuan dalam konteks dinamika strategi kampanye yang sedang diteliti.

Hasil dan Pembahasan

Bentuk dan Ciri Kampanye Dakwah dalam Strategi PKS

Partai Keadilan Sejahtera (PKS) menggunakan bentuk pendekatan dakwah yang khas dalam strategi kampanyenya, dengan tujuan tidak hanya menyampaikan pesan politik, tetapi juga menanamkan nilai-nilai keislaman secara sistematis (Wahyudi, J., 2022). Menurut teori komunikasi politik (Norris, 2000; Habermas, 1989), kampanye politik bukan sekadar penyampaian pesan, tetapi juga membangun interaksi dan ruang dialog publik. PKS memanfaatkan komunikasi politik berbasis dakwah untuk membangun pemahaman mendalam tentang nilai-nilai Islam dalam politik, baik kepada kader maupun masyarakat luas. Dalam konteks branding politik (Firmanzah, 2012; Kotler & Pfoertsch, 2006), PKS membangun citra religius melalui simbol-simbol Islam, seperti penggunaan jilbab, bahasa Arab, dan istilah syar'i, serta konsistensi pesan yang merepresentasikan identitas partai. PKS secara tegas menjadikan Islam sebagai ideologinya, yang kemudian dioperasionalkan menjadi platform, visi, dan misi partai. Hal ini mencakup ide tentang negara dan masyarakat yang dianggap ideal untuk mencapai cita-cita partai. PKS mengusung ideologi Islam yang demokratis, dengan nilai-nilai keadilan, kesejahteraan, dan kepemimpinan yang berlandaskan moralitas Islam.

PKS menggunakan tiga strategi dakwah utama yaitu sentimental (menggugah perasaan), rasional (berbasis logika dan argumentasi), dan indrawi (melibatkan pengalaman inderawi). Dakwah PKS dilaksanakan secara struktural melalui institusi partai dan lembaga afiliasi, serta kultural melalui pendekatan personal dan layanan sosial kemasyarakatan. Pendekatan ini mencakup pengajian berbasis masjid, kampus, dan komunitas tertentu untuk memperkuat kualitas dan loyalitas kader (Supriatna, I., Amin, M., & Jasad, U., 2016). Dalam konteks politik, dakwah PKS diwujudkan dalam dua kategori komunikasi yaitu komunikasi kepada kader melalui kajian Islam dan politik dan komunikasi kepada masyarakat umum, terutama saat pilkada, melalui kegiatan bakti sosial, pengajian umum, dan sosialisasi door to door (Suryana, C., 2021). PKS mengedepankan kampanye langsung bertatap muka dengan masyarakat untuk membangun ikatan emosional dan pengenalan calon legislatif (caleg). Selain itu, PKS juga memanfaatkan media sosial dan media online secara profesional untuk menyebarkan politik gagasan dan memperkuat kampanye (Dinata, R. A., & Andriyani, L., 2022). Pendekatan persuasif dilakukan melalui bakti sosial, pembagian bahan pokok, dan bantuan sosial yang menyentuh kebutuhan masyarakat sebagai bagian dari dakwah yang bersifat sosial kemasyarakatan.

Dakwah PKS berakar pada pemikiran dakwah Hasan Al-Banna yang bersifat universalis, menjadikan politik sebagai medium dakwah untuk menjawab persoalan sosial-kemanusiaan, tidak hanya bagi umat Islam (Suryana, C., 2021). Fokus pada pembinaan kader melalui pengajian dan liqo' yang mendalam agar kader memahami ajaran Islam dan dapat menjalankan aktivitas politik dan sosial secara baik (Marina Sari, A., 2019). Komunikasi dakwah dilakukan secara personal dan komunitas, termasuk melalui masjid, kampus, dan komunitas tertentu, sehingga pesan dakwah lebih mudah diterima dan membangun loyalitas kader (Supriatna, I., Amin, M., & Jasad, U., 2016). PKS menekankan penyampaian politik gagasan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan kondisi lokal, dengan pesan yang sederhana namun bermakna agar mudah dipahami berbagai lapisan masyarakat, menjaga soliditas internal kader melalui komunikasi intensif dan pembekalan agar seluruh kader dapat mendukung calon yang diusung secara maksimal.

PKS juga menggunakan strategi pemasaran politik yang mencakup kampanye umum (push), pendekatan personal dan media sosial (pull), serta konsolidasi internal (pass) untuk memperkuat posisi partai dan caleg. Secara keseluruhan, kampanye dakwah PKS merupakan perpaduan antara dakwah keagamaan yang mendalam dengan strategi komunikasi politik modern yang melibatkan pendekatan personal, sosial, dan media, dengan ciri khas kaderisasi yang kuat dan politik gagasan yang relevan dengan kebutuhan masyarakat. Pendekatan ini menjadikan dakwah sebagai strategi utama dalam memenangkan dukungan politik dan membangun massa PKS.

Strategi Kampanye Dakwah Ayi Kusmiati

Dalam setiap ajang persaingan politik, metode serta pendekatan kampanye memainkan peran krusial dalam mempengaruhi peluang kemenangan dari seorang kandidat (Setiyawan, J. W., 2025). Dalam konteks ini, Ayi Kusmiati adalah salah satu caleg

DPRD Cimahi dapil 3, dengan lingkup wilayah Cimahi Selatan A Desa atau Kelurahan Melong Cibeureum. Dilansir dari www.lezen.id, Ayi Kusmiati lahir pada tahun 1979 bertempat di Bandung. Ayi mengikuti pemilihan legislatif (PILEG) pada tahun 2024, dengan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) nomor urut 3 (Cahyoko, K., 2025). Ayi Kusmiati dalam strategi kampanyenya lebih sering melakukan kumpul bareng pada acara-acara masyarakat, dan tidak jarang juga hadir dalam acara yang berunsur nilai-nilai islami. Poin-poin tersebut dapat dilihat pada akun instagramnya @ayi_kusmiaty, yang menampilkan video serta foto berbagai kegiatan Ayi saat berkampanye dan berkumpul dengan masyarakat seperti silaturahmi dan berdiskusi bersama dengan masyarakat kelurahan melong, senam pagi bersama ibu-ibu, mengaji bersama dengan ibu-ibu pada saat bulan ramadhan, hingga melakukan penyuluhan kesehatan di RKI. Selain itu, pada website resmi PKS yang berjudul Spesial Menu Kampanye, yang didalam narasinya Ayi Kusmiati juga melakukan acara masak-masak dalam rangka kampanye dengan ibu-ibu untuk menumbuhkan rasa kebersamaan (DPW PKS Jawa Barat., 2023).

Bagi PKS, penggunaan media massa bukanlah strategi yang diprioritaskan. Partai ini memilih pendekatan pribadi melalui kampanye tatap muka dan keterlibatan langsung dengan warga. Dengan turun ke lapangan, PKS dapat membangun koneksi emosional, mendengarkan keinginan warga, dan menyampaikan pesan politik dengan cara yang lebih efektif dan tepat sasaran (Amalia, A., & Larisu, Z., 2023). Ayi Kusmiati mengedepankan metode dakwah yang bersifat personal dan menyentuh kehidupan sehari-hari masyarakat, khususnya para ibu-ibu. Melalui aktivitas seperti mengaji bersama, memasak bersama, dan melakukan perbincangan santai, ia dapat membangun kedekatan emosional dengan warga. Semakin dekat hubungan antara kandidat dan pemilih, semakin besar kemungkinan pemilih menyatakan dukungannya (Riswandi, R., Nurdin, R., & Alamsyah, A., 2019). Strategi yang dilakukan oleh Ayi Kusmiati menunjukkan upaya untuk berintegrasi secara organik dengan komunitas masyarakat, di mana pesan kampanye disampaikan melalui interaksi langsung dan dialog informal. Dengan begitu, strategi kampanye ayi kusmiati terasa lebih hangat, ramah, dan mudah diterima. Pendekatan ini mencerminkan karakteristik kampanye dakwah yang menempatkan nilai-nilai religius serta kebersamaan sebagai dasar komunikasi politik yang realistis.

Dari hasil wawancara dengan salah satu narasumber, kemenangan Aji Kusmiati tidak hanya disebabkan oleh perbedaan strategi kampanye, tetapi kemungkinan besar karena pendekatan dakwah yang dirasakannya lebih dekat dan relevan bagi warga. Ia juga menggunakan alat kampanye seperti banner dan flyer, tetapi kekuatan Ayi terletak pada kedekatan emosional yang dibangun melalui keterlibatannya dalam berbagai kegiatan dengan warga. Terutama, jika dia dikenal telah melakukan kegiatan dakwah sebelumnya, pendekatan dakwah langsungnya menjadi faktor pembeda yang efektif dibandingkan dengan kandidat lainnya. Namun, masih perlu dieksplorasi lebih dalam, terutama dalam hal latar belakang dan kegiatan Ayi sebelum mencalonkan diri sebagai kandidat caleg (Ardhana, Wawancara, 14 Juni 2025).

Efektivitas Strategi Dakwah dalam Menarik Simpati Pemilih

Strategi dakwah yang diusung Partai Keadilan Sejahtera (PKS), seperti yang Ayi Kusmiati terapkan dalam Pemilihan Legislatif (Pileg) 2024, menunjukkan perpaduan antara dimensi politik dan nilai-nilai keagamaan. PKS memang diidentifikasi sebagai partai politik dakwah yang secara khas menyelipkan nilai-nilai Islam serta mengedepankan ideologi dan kegiatan kebudayaan partai (Asy'ari, 2010). Efektivitas strategi ini dalam menarik simpati pemilih dapat dieksplorasi lebih lanjut.

Pendekatan dakwah yang diterapkan PKS, termasuk oleh Ayi Kusmiati, memperlihatkan relevansi yang signifikan dalam model kampanye politik kontemporer, khususnya di wilayah dengan mayoritas penduduk muslim seperti Cimahi. Sebagaimana dikemukakan oleh Ibu Ardhana, keberhasilan sebuah strategi kampanye harus disesuaikan dengan kondisi lapangan, mencakup demografi dan karakteristik masyarakat. Kemenangan PKS yang berhasil mengamankan 9 dari 45 kursi DPRD Cimahi menjadi indikator kuat bahwa strategi dakwah mereka memiliki resonansi yang solid di wilayah tersebut (Ardhana, Wawancara, 14 Juni 2025). Ini menunjukkan PKS telah menjadi pilihan utama pemilih di Cimahi, suatu modal politik yang substansial bagi calon legislatifnya. PKS sendiri mengusung ideologi nasionalis agamis, yang memandang bahwa ideologi negara dan nilai-nilai Islam dapat menjadi landasan bagi keadilan dan kesejahteraan (Asy'ari, 2010). Dengan basis pemilih mayoritas muslim, kampanye bernuansa dakwah ini sangat selaras dengan preferensi mereka.

Meskipun menunjukkan efektivitas, partai berbasis dakwah seperti PKS tetap menghadapi berbagai tantangan dalam lanskap politik yang semakin kompetitif. Ibu Ardhana menggarisbawahi perlunya PKS untuk memperluas penerimaan mereka, tidak hanya terpaku pada basis pemilih religius, melainkan juga merangkul kelompok sekuler atau non-muslim. Beliau berpendapat bahwa hal ini menuntut PKS untuk membangun narasi yang lebih inklusif dan terbuka, menunjukkan bahwa nilai-nilai dakwah mereka relevan untuk semua lapisan masyarakat, bukan hanya segmen tertentu. PKS merupakan fenomena unik sebagai partai Islam yang berpartisipasi secara terbuka dalam sistem politik yang cenderung sekuler (Khadijah, 2024). Tantangan lain adalah bagaimana menjaga ideologi partai agar tetap relevan dan modern, tanpa terkesan eksklusif atau ketinggalan zaman. Ibu Ardhana menekankan pentingnya pelebagaan partai yang lebih modern dan terbuka agar PKS tidak dipersepsikan sebagai entitas yang tertutup (Ardhana, Wawancara, 14 Juni 2025). Hal ini juga sejalan dengan upaya PKS untuk terus beradaptasi di tengah dinamika dan kemungkinan pudarnya ideologi partai Islam pasca reformasi (Wahyudi, 2022). Isu politisasi agama atau identitas juga menjadi krusial. Seperti yang dijelaskan Ibu Ardhana, PKS harus sangat berhati-hati agar pesan dakwahnya tidak disalahgunakan untuk menyerang pihak lain atau memecah belah masyarakat, melainkan tetap pada esensi dakwah yang universal dan berlandaskan moralitas Islam (Suryana, 2021).

Analisis terhadap kasus Ayi Kusmiati menunjukkan bahwa daya tarik kampanyenya tidak semata-mata karena Cimahi merupakan daerah mayoritas muslim, tetapi juga karena strategi kampanye yang diterapkan. Selain faktor demografi yang mendukung, Ibu Ardhana secara spesifik menyoroti strategi tatap muka dan kedekatan personal yang

dilakukan Ayi Kusmiati (Ardhana, Wawancara, 14 Juni 2025). Kegiatan seperti berkumpul dengan ibu-ibu, makan bersama, mengobrol santai, atau bahkan memasak bersama, menjadi contoh nyata pendekatan ini. Strategi ini sangat krusial karena kampanye politik tidak hanya berorientasi pada penyampaian pesan, melainkan juga membangun interaksi dan ruang dialog publik (Norris, 2000; Habermas, 1989). PKS sendiri memang dikenal mengedepankan kampanye langsung tatap muka untuk membangun ikatan emosional dan mengenalkan calon legislatifnya (Dinata & Andriyani, 2022). Pengalaman Ayi Kusmiati di organisasi keagamaan atau Majelis Taklim juga menjadi modal sosial yang kuat. Apabila beliau memang sudah dikenal luas dan memiliki jaringan di Majelis Taklim, kepercayaan yang sudah terbangun akan sangat membantu mobilisasi dukungan. Kredibilitas personal sebagai pendakwah yang dipercaya akan menjadi daya tarik tersendiri, yang mencerminkan pentingnya pendekatan personal dan layanan sosial kemasyarakatan dalam strategi dakwah PKS (Supriatna, Amin, & Jasad, 2016).

Kampanye berbasis dakwah PKS berpotensi besar untuk berkontribusi pada penguatan demokrasi yang beretika dan bermoral di Indonesia. Dengan menyebarkan nilai-nilai positif seperti keadilan, kejujuran, dan integritas yang terkandung dalam ajaran agama, kampanye ini dapat mendorong terciptanya Pemilu yang jujur, adil, dan demokratis. Namun, sebagaimana diingatkan Ibu Ardhana, hal ini harus selaras dengan praktik di lapangan. Penting untuk menghindari "politik sembako" atau money politics, karena praktik semacam itu akan sangat bertolak belakang dengan pesan moral yang disampaikan dan berpotensi merusak kepercayaan publik serta integritas demokrasi. Idealnya, kampanye seharusnya lebih fokus pada edukasi pemilih tentang pentingnya memilih pemimpin yang berkualitas dan berintegritas, serta menanamkan nilai-nilai kebaikan dalam berdemokrasi. PKS sendiri menekankan penyampaian politik gagasan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan kondisi lokal, dengan pesan yang sederhana namun bermakna agar mudah dipahami berbagai lapisan masyarakat (Marina Sari, 2019).

Guna menjaga relevansi dan efektivitas di masa mendatang, partai politik yang mengusung kampanye berbasis dakwah perlu terus beradaptasi. Menurut Ibu Ardhana, mereka harus konsisten menjunjung tinggi nilai-nilai agama, tetapi pada saat yang sama juga harus menyajikan program-program yang realistis dan sesuai kebutuhan masyarakat. Penting pula untuk menghindari kesan ekstremisme atau eksklusivitas. PKS sendiri sudah mulai menunjukkan fleksibilitas dalam penampilan kadernya, yang menandakan adanya upaya untuk menjadi lebih terbuka. Yang terpenting, partai harus terus menghindari politisasi identitas yang dapat memecah belah. Pesan dakwah harus bersifat universal dan mengajak kebaikan untuk semua, tanpa merendahkan pihak lain. Meskipun mayoritas muslim menjadi target utama, partai dakwah juga harus mampu menjangkau dan meyakinkan pemilih dari berbagai latar belakang, termasuk kelompok nasionalis atau sekuler, dengan menonjolkan nilai-nilai universal yang terkandung dalam dakwah, seperti keadilan dan kesejahteraan. PKS telah berhasil membangun citra religius melalui penggunaan simbol-simbol Islam dan konsistensi pesan yang merepresentasikan identitas

partai, menjadikan Islam sebagai ideologinya yang kemudian dioperasikan dalam visi dan misi partai (Firmanzah, 2012; Kotler & Pfoertsch, 2006).

Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi kampanye politik model dakwah yang diterapkan oleh Ayi Kusmiati, caleg PKS DPRD Cimahi pada Pileg 2024, berhasil membangun kedekatan emosional dan kepercayaan di kalangan pemilih, khususnya perempuan Muslim. Pendekatan dakwah yang digunakan berakar pada kegiatan sosial-kultural seperti pengajian, silaturahmi, kegiatan bersama ibu-ibu, dan aksi sosial masyarakat. Model kampanye ini efektif dalam memperkuat loyalitas kader serta meningkatkan elektabilitas PKS, yang terbukti dengan perolehan 9 kursi DPRD Cimahi. Namun, strategi ini juga menghadapi tantangan berupa potensi eksklusivitas identitas politik dan keterbatasan jangkauan ke pemilih non-Muslim. Meski demikian, kampanye dakwah PKS terbukti mampu menggabungkan nilai religius dengan komunikasi politik yang merakyat, selama tetap adaptif terhadap dinamika sosial-politik lokal dan pluralitas masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disarankan agar penelitian selanjutnya memperluas objek studi ke wilayah atau daerah lain untuk mengetahui apakah efektivitas model kampanye dakwah PKS tetap konsisten di berbagai konteks sosial-politik yang berbeda. Selain itu, analisis yang lebih mendalam mengenai respons pemilih non-Muslim dan kelompok minoritas terhadap model kampanye dakwah perlu dilakukan, sehingga dapat ditemukan strategi narasi yang lebih inklusif dan relevan dengan pluralitas masyarakat. Penelitian lanjutan juga dapat mengeksplorasi peran media sosial dan teknologi digital dalam memperluas jangkauan kampanye dakwah, serta mengkaji bagaimana integrasi antara pendekatan personal dan digital dapat meningkatkan efektivitas komunikasi politik. Dan pentingnya untuk meneliti dampak jangka panjang dari strategi kampanye dakwah terhadap citra partai dan loyalitas pemilih, termasuk potensi perubahan perilaku pemilih pada pemilu mendatang. Akhirnya, penelitian berikutnya dapat membandingkan model kampanye dakwah PKS dengan model kampanye partai lain yang menggunakan pendekatan berbeda, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai keunggulan dan keterbatasan masing-masing strategi.

Referensi

- Amalia, A., & Larisu, Z. (2023). Strategi Komunikasi Politik Caleg Dprd Pks Kabupaten Konawe Pada Masa Pemilu 2019-2024. *Publica: Jurnal Administrasi Pembangunan dan Kebijakan Publik*, 14(2), 223-231.
- Budiatri, A. (2015). *Perempuan dan Politik: Representasi Perempuan di Parlemen*. Jakarta: Puskapol UI.

- Cahyoko, K. (2025). Profil AYI KUSMIATI, S.Pd.I. - Info Pemilu. Info Pemilu. https://www.lezen.id/profil-calon/dprd-kabkota/kota-cimahi-3/327703/ayi-kusmiati-spdi/108845#google_vignette Diakses pada 14 April 2025
- de Vreese, C. H. (2007). Political Communication and Public Opinion: A Review of the Literature. *Journal of Communication*, 57(4), 510-535.
- Dinata, R. A., & Andriyani, L. (2022). Strategi Kampanye Politik Partai Keadilan Sejahtera dalam Pemilihan Umum Tahun 2019 di Kota Depok. *INDEPENDEN: Jurnal Politik Indonesia dan Global*, 3(1), 37-46.
- DPW PKS Jawa Barat. (2023). Spesial Menu Kampanye Pemilu – DPW PKS Jawa Barat. Jabar.pks.id. <https://jabar.pks.id/2023/12/11/spesial-menu-kampanye-pemilu/> Diakses pada 14 April 2025
- Fatimah, S. (2018). Kampanye sebagai Komunikasi Politik. *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 1(1), 5-16.
- Firmanzah. (2012). *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford: Stanford University Press.
- Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge: MIT Press.
- Hidayat, D. N. (2009). *Politik Dakwah Partai Keadilan Sejahtera (PKS)*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Jabnabillah, F., Aswin, A., & Fahlevi, M. R. (2023). Efektivitas situs web pemerintah sebagai sumber data sekunder bahan ajar perkuliahan statistika. *Sustainable Jurnal Kajian Mutu Pendidikan*, 6(1), 59-70.
- Khadijah, S. (2024). Partisipasi politik perempuan dalam kiprah dakwah partai keadilan sejahtera. *The Journal of Religion and Communication Studies*, 1(1), 1-12.
- Kotler, P., & Pfoertsch, W. (2006). *B2B Brand Management*. Berlin: Springer-Verlag.
- Marina Sari, A. (2019). *Strategi dakwah Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat di Kota Metro (Doctoral dissertation, IAIN Metro)*.
- Norris, P. (2000). *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge: Cambridge University Press.

-
- Paradita, W. D., & Lestari, P. (2020). Kontestasi Calon Legislatif Perempuan Kabupaten Batang pada Pemilu 2019. *Unnes Political Science Journal*, 4(1), 12-15.
- Rahardjo, M. (2011). Metode pengumpulan data penelitian kualitatif.
- Riswandi, R., Nurdin, R., & Alamsyah, A. (2019). Klan Politik: Studi Tentang Rivalitas Caleg Keluarga Padjalangi Dan Halid Pada Pemilu Serentak 2019. *Jurnal Politik Profetik*, 7(2), 290-314.
- Setiyawan, J. W. (2025). Analisis strategi kemenangan Prabowo-Gibran melalui kampanye langsung dalam kontestasi pemilihan presiden di Kota Bandung tahun 2024 (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Supriatna, I., Amin, M., & Jasad, U. (2016). DAKWAH SIYASAH (Strategi Dakwah Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dalam Perjuangan Aspirasi Umat Islam). *Jurnal Diskursus Islam*, 4(1), 18-37.
- Suryana, C. (2021). Politik sebagai Dakwah: Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera (PKS). *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1).
- Suryana, C. (2021). Politik sebagai Dakwah: Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera (PKS). *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1).
- Wahyudi, J. (2022). Pudarnya Ideologi Partai Islam Pascareformasi: Telaah atas Perjalanan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) sejak Pemilu 2009-2019. *Politea: Jurnal Pemikiran Politik Islam*, 5(1), 104-122.
- Wildan, M. (2013). Pemetaan Islam Radikal: Studi Proliferasi Islam Radikal di Solo, Jawa Tengah. *Dalam Studia Islamika*, 20(1), 1-28.