

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PARTAI DEMOKRASI
INDONESIA PERJUANGAN UNTUK MEMPEROLEH SUARA
PEMILU LEGISLATIF 2019 PEKANBARU**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.kom)
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau

AFRI ANDI

**NPM : 159110255
KONSENTRASI : HUMAS
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU**

2021

= MOTTO =

MAN JADDA WA JADDA

Siapa bersungguh sungguh dia mendapat
Barang siapa yang keluar untuk mencari ilmu
Maka dia berada di jalan Allah”

(H.R. At.Tirmizi)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan dengan kesanggupannya”

(Q.S. Al- Baqarah:286)

“Menuntut Ilmu adalah Taqwa

Menyampaikan Ilmu adalah Ibadah

Mengulang Ilmu adalah Dzikir

Mencari Ilmu adalah Jihad”

(Imam Al_Ghozali)

“Be Your Self”

“Kerja Keras Nama Lain Dari KEAJAIBAN”

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah.... Sembah sujud serta pujisyukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segalarahmat, karunia, kesempatan serta kemudahan yang engkau berikan sehingga karya sederhana ini dapat terselesaikan dengan ridha-Mu ya Allah.....

Sholawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah SAW Amanah ini telah selesai, sebuah langkah usai sudah. Cinta telah ku gapai, namun itu bukan akhir dari perjalanan ku, melainkan awal dari sebuah perjalanan.

Papa..... Mama.....

*Tiada cinta yang paling suci selain kasih sayang ayahanda dan ibundaku
Setulus hatimu mama, searif arahanmu Papa
Doamu hadirkan keridhaan untukku, Petuahmu tuntunkan jalanku
Pelukmu berkahi hidupku, diantara perjuangan dan tetesan doa malammu
Dan sebaith doa telah merangkul diriku, Menuju hari depan yang cerah
Kini diriku telah selesai dalam studiku
Dengan kerendahan hati yang tulus, bersama keridhaan-Mu ya Allah,
Kupersembahkan karya tulis ini untuk yang termulia, Ayahanda dan Ibunda*

Abang..... Adik.....

*Terima kasih atas semangat serta inspirasinya dalam menyelesaikan tugas akhir ini, semoga do'a dan semua hal yang terbaik yang engkau berikan menjadikanku orang yang baik pula, terima kasih semua jasa-jasa kelian
Semoga Allah beserta kita semua Untuk tulusnya KASIH SAYANG ADIK BERADIK yang telah terjalin*

Sahabat-sahabatku, ...,

*Atas dan semua teman-teman ...
Terima kasih.... Semoga persahabatan kita menjadi persaudaraan yang abadi selamanya,
Bersama kalian warna indah dalam hidupku, suka dan duka berbaur dalam kasih, Serta terima kasih kepada semua pihak yang telah menyumbangkan bantuan dan doa
dari awal hingga akhir yang tidak mungkin disebutkan satu persatu.
Kesuksesan bukanlah suatu kesenangan, buka juga suatu kebanggaan,
Hanya suatu perjuangan dalam menggapai sebutir mutiara keberhasilan...
Semoga Allah memberikan rahmat dan karunia-Nya*

Aamiin...

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-NYA yang selalu menyertai penulis selama pengerjaan usulan penelitian dan memberikan kelancaran kepada penulis dengan judul **STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PARTAI DEMOKRASI INDONESIA PERJUANGAN UNTUK MEMPEROLEH SUARA PEMILU LEGISLATIF 2019 DI PEKANBARU**.

Penulisan Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk melengkapi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Strata 1 atau (S-1) pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, karena kesempurnaan hanya milik Allah S.W.T dan kekurangan milik penulis sebagai manusia. Sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak agar skripsi ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Selain itu penulis juga berterimakasih kepada beberapa pihak yang turut berpartisipasi dalam mendukung penulis sehingga mampu menyelesaikan usulan penelitian ini dengan baik, beberapa pihak tersebut diantaranya :

1. Kepada Allah S.W.T yang selalu menyertai dan memberkati penulis selama menyelesaikan Skripsi ini sehingga terselesaikan dengan baik.
2. Penghormatan dan sembah sujud serta trimakasih yang tak terhingga penulis ucapkan kepada Ayahanda Zulfikri, Ibunda Diandes R, dan Abang kandung Fajrian Saddek, yang selalu menjadi motivator utama

dalam hidup serta memberikan limpahan kasih sayang dan do'anya. Trimakasih atas cinta dan dukungan yang selalu mengalir sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini .

3. Dr. Abdul Aziz, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang telah membantu penulis dalam pemberian izin dan segala hal yang berhubungan dengan proses yang dapat mempelancar pembuatan skripsi ini.
4. Ibu Eka Fitri Qurniawati, M.IKom, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
5. Bapak Al Sukri M.I.Kom, selaku pembimbing yang selalu sabar dalam membimbing, mengarahkan, memberi saran, dan memberi motivasi untuk menyelesaikan usulan Skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Islam Riau yang dalam hal ini tidak bisa penulis ucapkan satu persatu nama dan jabatannya, yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan dalam menunjang kesempurnaan Skripsi ini.
7. Seluruh pegawai/staf Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang telah bersedia membantu dan melayani kelengkapan administrasi selama proses perkuliahan hingga dalam proses penyelesaian skripsi ini.
8. DPC PDI Perjuangan Pekanbaru, Caleg PDI Perjuangan Pekanbaru, Kader PDI Perjuangan Pekanbaru , dan Warga kecamatan Rumbai pesisir, dan Kecamatan Tenayan raya Kota Pekanbaru yang telah

bersedia bekerja sama, dan membantu selama penulis melakukan penelitian.

9. Tidak lupa kepada seluruh rekan-rekan seperjuangan angkatan 2015 dan teman-teman diluar lingkungan perkuliahan, Asti Rahayu yang telah memberikan sumbangsih berupa dukungan , ide dan buah pikir yang cukup membantu penulis dalam penulisan Skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis selama ini. Demikian penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah terlibat dalam penulisan Skripsi ini. Penulis menyadari bahwa Skripsi ini jauh dari kata sempurna yang pasti tidak luput dari kesalahan dan kekurangan. Maka dari itu penulis mengharapakan masukan dari semua pihak, saran yang mendukung untuk kebaikan pada Skripsi ini. Semoga Skripsi ini dapat berguna bagi para pembaca Terima Kasih.

Pekanbaru, 15 Desember 2020

Penulis

AFRI ANDI
NPM: 159110255

DAFTAR ISI

Cover	
Surat Keterangan Pembimbing	
Lembaran Persetujuan Pembimbing	
Lembaran Persetujuan Tim Penguji Skripsi	
Berita Acara Ujian Skripsi	
Lembar Pengesahan	
Lembar Pernyataan	
Moto	ii
Persembahan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar	x
Daftar Lampiran	xi
Abstrak	xii
Abstract	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah Penelitian.....	10
C. Fokus Penelitian	11
D. Rumusan Masalah	12
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kajian Literatur	14
B. Definisi Operasional	38
C. Penelitian Terdahulu yang Relevan	39
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian	43
B. Subjek dan Objek Penelitian.....	43
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	44
D. Sumber Data	46
E. Teknik Pengumpulan Data.....	46
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	47
G. Teknik Analisis Data	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	50
1. Sejarah PDI Perjuangan	50
2. Visi dan Misi.....	52
3. Struktur Pimpinan dan Kepengurusan PDI Perjuangan	54
4. Struktur Kepengurusan DPC PDI Perjuangan kota Pekanbaru ..	54

5. Pemilu Legislatif 2019 Tingkat Kota Pekanbaru	55
6. Identitasi Informan	57
B. Hasil Penelitian	59
1. Strategi Komunikasi Politik PDI Perjuangan cabang Pekanbaru Pada Pileg 2019	59
2. PDI Perjuangan pada Pileg 2019	82
C. Pembahasan	92
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	105
B. Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Struktur DPC PDI Perjuangan Pekanbaru yang Menjadi Subjek Penelitian	43
Tabel 3.2	Waktu Penelitian	45
Tabel 4.1.	Struktur Kepengurusan DPC PDI Perjuangan Kota Pekanbaru Periode 2015-2020	55
Tabel 4.2	Jumlah Pemilih pada Pileg 2019 Kota Pekanbaru	56
Tabel 4.3	Dapil Pileg 2019 Kota Pekanbaru	56
Tabel 4.4	Hasil Pileg 2019 kota Pekanbaru	57
Tabel 4.5	Perolehan Suara Sepuluh Partai Besar Politik pada Pileg Riau 2009-2019	83
Tabel 4.6	Perolehan Suara PDI Perjuangan pada Pileh 2009-2019	84
Tabel 4.7	Perolehan Suara Sepuluh Partai Besar Politik pada Pileg kota Pekanbaru 2009-2019	85
Tabel 4.8	Perolehan Suara PDI Perjuangan pada Pileg Pekanbaru 2009-2019	86
Tabel 4.9	Perolehan Suara Parpol di Pileg 2019 Kota Pekanbaru Berdasarkan Dapil	88
Tabel 4.10	Perolehan Suara PDI Perjuangan di Pileg 2019 Kota Pekanbaru Dapil I	89
Tabel 4.11	Perolehan Suara PDI Perjuangan di Pileg 2019 Kota Pekanbaru Dapil II	89
Tabel 4.12	Perolehan Suara PDI Perjuangan di Pileg 2019 Kota Pekanbaru Dapil III	89
Tabel 4.13	Perolehan Suara PDI Perjuangan di Pileg 2019 Kota Pekanbaru Dapil IV	90
Tabel 4.14	Perolehan Suara PDI Perjuangan di Pileg 2019 Kota Pekanbaru Dapil V	90
Tabel 4.15	Perolehan Suara PDI Perjuangan di Pileg 2019 Kota Pekanbaru Dapil VI	90
Tabel 4.16	Caleg PDI Perjuangan Kota Pekanbaru yang Lolos Pileg 2019	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perbandingan Persentase Perolehan Suara PDI Perjuangan pada Pileg Pekanbaru tahun 2009-2019	6
Gambar 2.1 Unsur-unsur Komunikasi Politik	16
Gambar 4.1 Saluran Komunikasi PDI Perjuangan di Kota Pekanbaru	67
Gambar 4.2 Format Kampanye Politik PDI Perjuangan	70
Gambar 4.3 Gambaran Strategi Kampanye PDI Perjuangan di Kota Pekanbaru	71
Gambar 4.4 Strategi Kampanye PDI Perjuangan di Kota Pekanbaru berdasarkan Umur Pemilih pada Pileg 2019	72
Gambar 4.5 Diagram Perolehan Suara Partai Politik pada Pileg 2009-2019...	83
Gambar 4.6 Perbandingan Persentase Perolehan Suara PDI Perjuangan pada Pileg Riau tahun 2009-2019	84
Gambar 4.7 Diagram Perolehan Suara Partai Politik pada Pileg 2009-2019 ..	86
Gambar 4.8 Perbandingan Persentase Perolehan Suara PDI Perjuangan pada Pileg Pekanbaru tahun 2009-2019	87

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Wawancara
- Lampiran 2. Dokumentasi Narasumber DPC PDI Perjuangan Pada Pileg 2019 Pekanbaru
- Lampiran 3. Dokumentasi Narasumber Warga
- Lampiran 4. Dokumentasi Kampanye PDI Perjuangan Kota Pekanbaru pada Pileg 2019
- Lampiran 5. Curriculum Vitae

ABSTRAK

“Strategi Komunikasi Politik PDI Perjuangan untuk memperoleh suara pada Pemilu Legislatif Kota Pekanbaru 2019”

Afri Andi

159110255

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan Strategi Komunikasi Politik PDI Perjuangan dalam kampanye Pileg 2019 untuk mendapatkan suara masyarakat di mana Pekanbaru bukan merupakan daerah basis PDI Perjuangan. Komunikasi politik juga dilakukan saat isu anti islam dan PKI menimpa PDI Perjuangan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui observasi dan wawancara. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa komunikasi PDI Perjuangan dilakukan dalam berbagai saluran, yaitu saluran komunikasi kelompok, organisasi, massa dan media sosial. Pesan komunikasi yang disampaikan berupa program-program kemasyarakatan berdasarkan arahan dari pengurus pusat partai serta berupa penjelasan bahwa PDI Perjuangan tidak anti islam dan PKI. Segmentasi sasaran dilakukan oleh PDI Perjuangan untuk memudahkan pelaksanaan strategi kampanye. Sasaran komunikasi politik PDI Perjuangan dibagi berdasarkan umur, agama dan daerah basis. Berdasarkan umur PDI Perjuangan menggunakan pendekatan berbeda kepada pemilih muda dan tua. Berdasarkan agama, PDI Perjuangan melakukan pendekatan pada tokoh-tokoh agama dan melabeli diri dekat dengan Islam karena dipilihnya Kyai Ma'aruf Amin sebagai calon wakil presiden. Di daerah basis, PDI Perjuangan menggerakkan ranting dan anak ranting untuk menghimpun suara.

Kata Kunci: PDI Perjuangan, Pekanbaru, Pemilihan Legislatif 2019, Strategi Komunikasi Politik

ABSTRACT

“Political Communication Strategy of PDI Perjuangan to Get Public Votes in Pekanbaru Legislative Election 2019”

Afri Andi

159110255

This study aims to describe the PDI Perjuangan political communication strategy in the Legislatif Election 2019 campaign to get public votes in which Pekanbaru is not a PDI Perjuangan base area. Political communication was also carried out when the issue of anti-islamic and PKI. The method used in this research is qualitative. The data in this study were collected through observation and interviews.

The results of the study indicate that PDI Perjuangan communication is carried out in various channels, namely the communication channel of groups, organizations, mass and social media. The communication messages conveyed were in the form of community programs based on directions from the party's central management and in the form of an explanation that the PDI- Perjuangan was not anti-Islamic and the PKI. PDI Perjuangan carried out target segmentation to facilitate the implementation of campaign strategies. PDI Perjuangan political communication targets are divided by age, religion and base area. Based on age, PDI Perjuangan uses a different approach to young and old voters. Based on religion, the PDI Perjuangan approach religious figures and label itself close to Islam because Kyai Ma'aruf Amin was elected as candidate of vice president. In the base area, PDI Perjuangan moves twigs and branches to collect votes.

Keywords: *Legislative Election 2019, PDI Perjuangan, Pekanbaru, Political Communication Strategy*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah Penelitian

Setiap lima tahun sekali, Indonesia mengadakan pesta Demokrasi yang disebut dengan pemilihan umum (pemilu). Menurut Asshiddiqie (2009: 384), Pemilu adalah suatu tolak ukur dari mekanisme dan sistem demokrasi yang merupakan sarana manifestasi bagi kedaulatan rakyat dalam memperoleh penyelenggara negara dan pemerintahan demokratis yang dapat mewujudkan kemajuan dan kesejahteraan. Sementara menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2012 tentang Pemilihan Umum pasal 1 ayat 1, salah satu sarana dalam melaksanakan kedaulatan rakyat di Negara Kesatuan Republik Indonesia yang dilakukan secara umum, langsung, rahasia, bebas, adil dan jujur, serta berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara (UUD) 1945 adalah pemilu.. Sampai saat ini, Indonesia telah 11 kali menyelenggarakan Pemilu yang dimulai dari tahun 1955.

Pelaksanaan pemilu tahun 2019 merupakan pertama kalinya dilaksanakan pemilihan legislatif (pileg) dan eksekutif secara bersamaan di Indonesia. Pada Pemilu kali ini, masyarakat Indonesia diharuskan untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden serta anggota legislatif baik tingkat pusat ataupun daerah, yaitu memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Daerah (DPD), Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Provinsi, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten/Kota. Proses verifikasi yang dilakukan antar

lain mengenai minimal 30% anggotanya perempuan, keberadaan pengurus inti parpol di tingkat pusat dan domisili kantor tetap di tingkat DPP. Kemudian berdasarkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 2012 tentang Pemilihan Umum terdapat syarat tambahan bagi partai peserta Pemilu, yaitu kepengurusan harus ada di seluruh provinsi di Indonesia dengan sebaran minimal 75% di tingkat kabupaten/kota dan 50% di tingkat kecamatan (KPU, 2019).

Setelah era reformasi, jumlah peserta yang ikut serta dalam pemilu bersifat fluktuatif. Tahun 2009 merupakan pemilu dengan peserta terbanyak, yaitu 38 partai politik, di mana 18 diantaranya merupakan partai baru. Kemudian pada tahun 2014, terjadi penurunan yang signifikan sebesar 68% menjadi 12 partai politik. Lima tahun berikutnya, pada Pemilu 2019 terjadi peningkatan peserta sebesar 16,67% dari pemilu sebelumnya, di mana diikuti oleh 14 partai yang memenuhi syarat administrasi dan verifikasi dari 27 partai yang mendaftar. Beberapa partai politik peserta pemilu, diantaranya adalah Partai Demokrat, Golongan Karya (Golkar), Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI Perjuangan), Gerakan Indonesia Raya (Gerindra), Partai Amanat Nasional (PAN), Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), Nasional Demokrasi (Nasdem), Partai Persatuan Pembangunan (PPP) dan Partai Hati Nurani Rakyat (Hanura) (KPU, 2019).

Salah satu partai besar peserta pemilu adalah PDI Perjuangan. PDI Perjuangan adalah sebuah partai politik di Indonesia yang kelahirannya dikaitkan dengan peristiwa 27 Juli 1996. Peristiwa ini merupakan awal kemunculan

Megawati Soekarno Putri di panggung perpolitikan Indonesia secara nasional. PDI Perjuangan sebenarnya merupakan partai yang mempunyai hubungan dengan partai lama ketika orde lama masih berkuasa. PDI Perjuangan merupakan penerus dari Partai Demokrasi Indonesia (PDI). PDI berdiri pada tanggal 10 Januari 1973 dan merupakan hasil penggabungan dari 5 (lima) partai politik, yaitu Partai Nasional Indonesia (PNI), Partai Kristen Indonesia (Parkindo), Partai Katholik, Ikatan Pendukung Kemerdekaan Indonesia (IPKI) dan Murba (PDI Perjuangan 2015)

PDI Perjuangan merupakan salah satu partai terbesar di Indonesia yang selalu meraup suara yang cukup banyak dalam setiap pemilu. Pada Pemilu tahun 1999, PDI Perjuangan mendapatkan suara yang sangat tinggi. PDI Perjuangan berhasil memperoleh suara sebesar 33,74 % dari total suara dengan 153 kursi di DPR (KPU, 2011). Perolehan suara sebesar ini berhasil mengantarkan PDI Perjuangan menjadi partai pemenang Pemilu pada saat itu. Kemenangan ini diperoleh karena pada saat itu PDI Perjuangan dianggap sebagai representasi perlawanan terhadap Orde Baru yang baru saja tumbang pada tahun 1998. Pemilu 1999 juga dapat dikatakan sebagai momentum sejarah yang telah mengubah fokus dari usaha-usaha politik berubah menjadi perubahan partai-partai yang ikut serta dalam pesta demokrasi sehingga pada saat itu jumlah partai yang mengikuti pemilu tidak seperti pemilu pada masa orde baru (Djojosoekarto & Sandjaya, 2008: 34).

Dalam perjalanannya semenjak era reformasi, perolehan suara PDI Perjuangan pada setiap Pemilu mengalami pasang surut. Meskipun mendapatkan kemenangan pada Pemilu 1999, namun pada Pemilu 2004 PDI Perjuangan gagal dalam mempertahankan posisinya. Pemilu 2004 merupakan pemilu pertama untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden secara langsung, di mana sebelumnya Presiden dan Wakilnya dipilih oleh MPR. PDI Perjuangan gagal mengantarkan calon Presiden yang diusungnya serta mengalami penurunan perolehan suara pada Pemilu 2004. Kegagalan PDI Perjuangan dalam mempertahankan posisinya disebabkan oleh kegagalan PDI Perjuangan dalam mengatasi korupsi, kolusi dan nepotisme selama partai ini berkuasa di parlemen. Hal ini menyebabkan banyak masyarakat tidak puas atas kinerja PDI Perjuangan (Sitompul 2008).

Penurunan suara PDI Perjuangan pada Pemilu 2009 disebabkan oleh ketidakmampuan dalam meyakinkan masyarakat dan gagal menempatkan partainya sebagai partai oposisi pemerintahan Susilo Bambang Yudhoyono (SBY). Selain itu PDI Perjuangan pada kampanye 2009 juga sempat melakukan kesalahan strategi komunikasi, yaitu dengan menjadikan Bantuan Langsung Tunai (BLT) sebagai salah satu strategi kampanyenya, padahal sebelumnya PDI Perjuangan menolak program BLT tersebut. Kemudian di dalam tubuh PDI Perjuangan sendiri juga mengalami perpecahan pada tahun 2005 yang menyebabkan partai ini terbagi menjadi dua kubu, yaitu PDI Perjuangan dan Gerakan Pembaharuan PDI Perjuangan (Sitompul 2008). Perpecahan ini juga menyebabkan suara pendukung partai ini tidak menyatu.

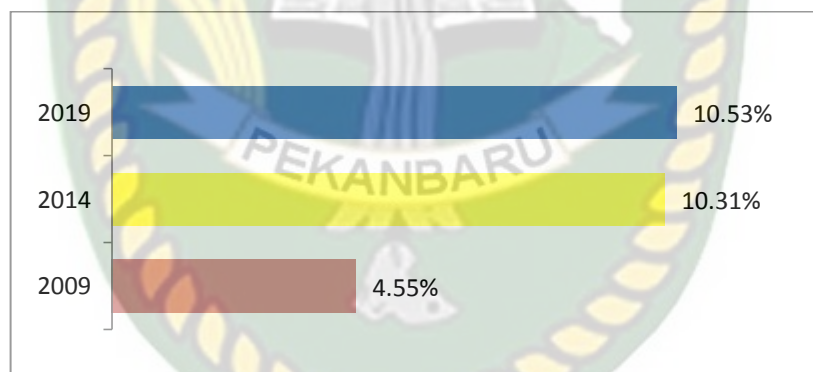
Lima tahun kemudian, pada Pemilu 2014 berhasil memutarbalikkan keadaan. PDI Perjuangan keluar sebagai partai pemenang pemilu dengan perolehan suara sebesar 18,95% dan 109 kursi di DPR. Meskipun perolehan suara ini masih lebih rendah dari Pemilu 1999, tetapi perolehan suara PDI Perjuangan naik sebesar 4,92% (9.081.380 suara) dari Pemilu 2009. Kemenangan ini diperoleh karena masalah internal partai yang tadinya terpecah pada pemilu sebelumnya menjadi dua kubu, telah kembali menjadi satu suara. Selain itu, sosok Joko Widodo (Jokowi) sebagai calon Presiden yang diusung oleh PDI Perjuangan juga menjadi salah satu faktor yang meningkatkan perolehan suara PDI Perjuangan pada Pemilu 2014 (Amelia 2014). Pada Pemilu 2019, PDI Perjuangan kembali menjadi partai pemenang pemilu dan berhasil mengantarkan Jokowi menjadi Presiden untuk kedua kalinya. Perolehan suara PDI Perjuangan meningkat sebesar 3.372.490 suara (14,24%) dari pemilu sebelumnya menjadi 27.053.961 suara (19,33% dari total keseluruhan suara) (KPU, 2019).

Meskipun PDI Perjuangan menang secara nasional, namun Provinsi Riau bukan merupakan lumbung suara terbesar bagi PDI Perjuangan. Golkar selalu mendominasi perolehan suara di Riau, diikuti oleh Demokrat, PDI Perjuangan, Gerindra dan PKS. Namun dari tahun 2009, Golkar mengalami penurunan suara sebesar 89,9 ribu suara (16,5%) pada Pileg Riau 2019. Padahal pada pemilu sebelumnya Golkar memperoleh kenaikan suara sebesar 107,5 ribu suara (24,5)%. Selain Golkar, PDI Perjuangan juga mengalami penurunan suara pada Pileg Riau 2019, sementara Demokrat selalu memperoleh kenaikan suara. Maka, dapat disimpulkan bahwa Riau merupakan salah satu lumbung suara bagi Partai Golkar.

Sementara untuk PDI Perjuangan, meskipun tidak memenangkan suara di Riau, tetapi tetap memperoleh suara yang cukup banyak

Kota Pekanbaru merupakan Dapil 1 untuk wilayah pemilu di Riau. Pada tingkat Kabupaten/Kota, total suara yang diperoleh oleh PDI Perjuangan mengalami kenaikan yang cukup besar pada Pileg Pekanbaru 2014 dan terus naik pada Pileg Pekanbaru 2019. Tidak hanya PDI Perjuangan yang mengalami fluktuasi suara, partai-partai lainnya juga mengalami hal yang sama. Perolehan suara setiap partai politik di Pileg Pekanbaru 2009-2019 dapat dilihat pada Gambar 1.1.

Gambar 1.1. Perbandingan Persentase Perolehan Suara PDI Perjuangan pada Pileg Pekanbaru tahun 2009-2019



Sumber: KPU (<https://www.kpu.go.id>)

Pencapaian yang diperoleh oleh PDI Perjuangan di Pileg Pekanbaru kali ini tentu didapatkan dengan menggunakan suatu strategi komunikasi politik untuk mendapatkan pencitraan positif sehingga PDI Perjuangan dapat bersaing dengan partai-partai politik lainnya. Komunikasi politik terdiri dari kata komunikasi dan politik. Secara bahasa, asal kata dari komunikasi yaitu dari *communicatio* dan *communico* (bahasa Latin) yang mempunyai arti sama dan membuat sama. Maksud sama adalah memiliki satu makna. Sehingga komunikasi akan terus

berlangsung, apabila ada kesamaan maksud yang dikomunikasikan oleh dua orang atau lebih (Effendy, 2002: 9). Menurut Hovland dalam Sendjaja (2014: 10), komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan oleh komunikator yang biasanya dalam bentuk perkataan yang digunakan sebagai stimulus untuk mengubah ataupun membentuk perilaku dari orang lain.

Sementara itu, politik secara etimologi berasal dari bahasa Yunani *Politikos* yang mempunyai makna “untuk, dari atau sesuatu yang memiliki kaitan dengan rakyat”. Politik dapat diartikan sebagai pembentukan serta berbagi kekuasaan dalam masyarakat yang terwujud dengan pembuatan keputusan yang berhubungan dengan negara khususnya. Politik merupakan suatu seni dalam memperoleh kekuasaan baik melewati konstitusi ataupun tidak. Selain itu, politik menurut teori klasik Aristoteles merupakan suatu usaha yang ditempuh rakyat untuk mewujudkan kebaikan bersama (Prajarto, 2013: 13).

Berdasarkan makna komunikasi dan politik, komunikasi politik dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan untuk tujuan memperoleh kekuasaan. Pesan yang disampaikan berupa pesan politik oleh komunikator seperti pemerintah kepada rakyatnya ataupun sebaliknya. (Surbakti, 2010: 152). Komunikasi politik juga digunakan oleh partai politik untuk memperoleh kekuasaan baik di tingkat daerah ataupun tingkat negara. Menurut Budiardjo (2006: 403) adalah salah satu fungsi dari partai politik agar dapat menyampaikan pendapat yang beraneka ragam serta berbagai aspirasi masyarakat yang kemudian diorganisir sehingga dapat diperjuangkan menjadi *public policy*. Komunikasi

politik partai politik dapat dilakukan melakukan secara langsung atau menggunakan media seperti televisi, media sosial, koran, majalah, radio, baliho, pamflet, spanduk, umbul-umbul, bendera dan lain sebagainya.

Untuk melakukan komunikasi politik, PDI Perjuangan juga memiliki strategi yang dilaksanakan oleh tim pemenangan (tim kampanye) untuk mendapatkan perolehan suara yang besar di dalam Pileg Pekanbaru 2019. Strategi sendiri secara etimologi berasal dari bahasa Yunani *stratos* yang bermakna tentara dan kata *agein* yang mempunyai makna memimpin, sehingga strategi dapat diartikan dengan memimpin tentara. Dalam KBBI, strategi merupakan suatu rencana yang dilakukan dengan cermat tentang suatu kegiatan dengan tujuan mencapai sesuatu. Strategi dalam komunikasi politik merupakan segala keputusan yang bersifat kondisional yang diambil pada saat ini untuk mencapai tujuan politik di masa yang akan datang mengenai sikap atau tindakan yang akan dilakukan (Ardial, 2010: 73). Jadi strategi komunikasi politik PDI Perjuangan dapat diartikan sebagai segala keputusan yang diambil oleh PDI Perjuangan untuk mencapai tujuan partai politiknya. Sasaran dari strategi komunikasi politik PDI Perjuangan di Pekanbaru adalah masyarakat Pekanbaru yang memenuhi syarat sebagai pemilih dalam Pileg kali ini sehingga mereka dapat memberikan dukungan kepada PDI Perjuangan. Hal terpenting dalam strategi ini adalah bagaimana tim pemenangan dapat mengimplentasikannya di lapangan.

Strategi Komunikasi Politik PDI Perjuangan pada Pemilu 2009, yaitu memberikan informasi kepada masyarakat, memberikan pendidikan kepada

masyarakat mengenai makna dan signifikansi fakta yang ada, bersedia dijadikan sebagai penampung aspirasi masyarakat, dan mempublikasikan kegiatan atau apa yang dilakukan pemerintah (SBY) yang masih berkuasa serta kegiatan pejabat-pejabat yang merupakan wakil PDI Perjuangan Perjuangan (DPC PDI Perjuangan Pekanbaru, 2019). Strategi komunikasi dilakukan dengan adanya pengarahan dari DPP PDI Perjuangan dan disampaikan kepada DPC yang ada di daerah. Namun strategi ini belum berhasil menjadikan PDI Perjuangan gagal meyakinkan rakyat, khususnya Pekanbaru.

Pada Pemilu tahun 2014, PDI Perjuangan meningkatkan strategi komunikasinya agar dapat meyakinkan rakyat. Salah satunya dengan penggunaan media untuk melakukan pencitraan, terutama media sosial. Media sosial pada saat ini adalah media yang paling banyak diakses oleh masyarakat. DPP PDI Perjuangan berhasil mengkomunikasikan citra yang baik partainya di media sosial ini sehingga cukup banyak masyarakat yang pada saat itu menjadi simpatisan PDI Perjuangan. Jokowi merupakan salah satu sosok penentu meningkatnya perolehan suara PDI Perjuangan. Jokowi yang saat itu dicitrakan baik dan merakyat baik di media nasional maupun media sosial berhasil meyakinkan masyarakat. Selaian Jokowi, kurang baiknya pencapaian yang dilakukan Pemerintahan SBY yang dihiasi dengan kasus korupsi juga berhasil dikampanyekan oleh PDI Perjuangan. Selain itu, kader PDI Perjuangan yang turun langsung, berkomunikasi dengan masyarakat Perjuangan (DPC PDI Perjuangan Pekanbaru, 2019).

Strategi komunikasi politik, PDI Perjuangan berhasil menaikkan perolehan suara pasca era reformasi. Padahal sebelumnya hanya sedikit orang yang

memprediksi bahwa PDI Perjuangan akan mampu meraih kemenangan pada Pileg Pekanbaru 2019. Hal ini disebabkan oleh PDI Perjuangan pada saat itu mengusung Capres Joko Widodo dan Ma'aruf Amin di Pilpres yang jelas mengalami kekalahan di Riau, khususnya kota Pekanbaru. Menurut Syafruddin Poti, Wakil Ketua DPP PDI Perjuangan bidang pemenangan pemilu, keberhasilan ini menunjukkan bahwa mesin politik PDI Perjuangan masih bekerja secara efisien (Asam, 2019).

Komunikasi politik sangat penting bagi partai politik. Setiap komunikasi yang dilakukan oleh partai politik meliputi pesan politik, komunikator politik, media atau sarana politik serta dampaknya di masyarakat akibat proses komunikasi politik. Komunikasi politik yang diperlukan oleh partai politik adalah komunikasi yang efektif sehingga masyarakat dapat menangkap pencitraan positif dari partai tersebut. Karena pentingnya strategi komunikasi politik untuk partai politik, penulis ingin membuat suatu penelitian mengenai “Strategi Komunikasi Politik PDI Perjuangan untuk memperoleh suara pada Pemilu Legislatif Kota Pekanbaru 2019”. Penelitian ini akan dilakukan dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi langsung di DPC PDI Perjuangan kota Pekanbaru, serta juga akan mewawancarai beberapa orang masyarakat secara umumnya.

B. Identifikasi Masalah Penelitian

Berikut diberikan identifikasi masalah penelitian ini yang dibuat berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan:

1. Riau bukan merupakan basis suara PDI Perjuangan, basis suara PDI Perjuangan berada di Pulau Jawa, khususnya Provinsi Jawa Tengah (32,7 % suara) dan Jawa Timur (20,3% suara). Sementara untuk kota Pekanbaru, PDI Perjuangan tidak pernah memenangkan pemilihan legislatif setelah era reformasi.
2. Pada Pileg kota Pekanbaru 2014, PDI Perjuangan berhasil meningkatkan perolehan suaranya menjadi 2 kali lebih banyak dari Pileg 2009. Peningkatan ini terus berlanjut, di mana pada tahun 2019 PDI Perjuangan berhasil meningkatkan perolehan suaranya sekitar 30%.
3. Strategi komunikasi politik PDI Perjuangan dapat mempengaruhi peningkatan jumlah suara di Pekanbaru, serta PDI Perjuangan berhasil mempertahankan posisinya sebagai salah satu partai dengan perolehan suara terbanyak meskipun terdapat faktor-faktor yang dapat melemahkan PDI Perjuangan di Riau, khususnya di kota Pekanbaru.

C. Fokus Penelitian

Untuk menghindari terlalu luasnya pembahasan dalam penelitian ini, maka dibuatkan suatu batasan masalah. Batasan penelitian ini pada ruang lingkup yang hanya membahas strategi komunikasi politik partai PDI Perjuangan di Provinsi Riau pada Pemilihan Umum Legislatif 2019. Fokus penelitian ini terletak pada kelebihan dan kelemahan strategi komunikasi yang digunakan oleh PDI Perjuangan yang menghantarkan PDI Perjuangan menjadi salah satu dari tiga

besar partai yang memperoleh suara legislatif terbanyak di Riau pada pemilu legislatif 2019.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dibuat suatu rumusan masalah, yaitu: bagaimana strategi komunikasi politik PDI Perjuangan di kota Pekanbaru pada Pemilu Legislatif 2019 dalam meningkatkan perolehan suara dan mempertahankan posisinya sebagai salah satu partai dengan perolehan suara terbanyak?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1) Tujuan

Berdasarkan rumusan permasalahan, tujuan penelitian adalah untuk mengetahui Strategi Komunikasi Politik PDI Perjuangan Pekanbaru pada Pemilu Legislatif 2019.

2) Manfaat Penelitian

Berikut dua manfaat dari penelitian komunikasi politik ini:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu untuk mengembangkan ilmu komunikasi, khususnya komunikasi politik. Penelitian ini juga dapat memberikan pengayaan dalam pengajaran komunikasi politik.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian adalah dapat dijadikan sebagai sumber informasi atau rujukan bagi penelitian selanjutnya dengan topik yang mirip.

Penelitian ini juga dapat memberikan informasi bagi para aktor politik yang tergabung dalam partai politik untuk dapat menggunakan strategi komunikasi politik yang dapat meningkatkan perolehan suara partai politiknya. Serta penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi PDI Perjuangan Riau untuk pemilu kedepannya.



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB II

TINJAUAN KEPUSTAKAAN

A. Kajian Literatur

1. Komunikasi Politik

Komunikasi politik merupakan gabungan dari kata komunikasi dan politik. Komunikasi yang berasal dari bahasa latin *communis* merupakan suatu proses yang bertujuan untuk terjadinya saling pengertian yang dilakukan dengan menghubungkan pesan-pesan informasi (Efriza & Indrawan, 2018: 2). Berikut pengertian komunikasi menurut beberapa ahli:

Menurut Hovland dalam Suprpto (2009: 10-11), komunikasi dapat diartikan sebagai proses komunikator dalam memberikan stimulan berupa bahasa verbal maupun nonverbal sehingga dapat merubah sikap orang yang menerima pesan. Menurut Berelson dan Steiner dalam Mulyana (2007: 46) komunikasi merupakan suatu proses transmisi gagasan, informasi, keterampilan, emosi serta lainnya yang dilakukan dengan menggunakan perkataan, simbol, grafik dan lain sebagainya. Kemudian Harold D. Laswel dalam Roudhonah (2007: 19) menyatakan bahwa komunikasi merupakan proses untuk menjelaskan siapa mengucapkan apa dengan media apa kepada siapa dan apa akibat yang ditimbulkannya. Jadi dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses komunikator dalam mentransmisi suatu pesan informasi dengan menggunakan media tertentu sehingga menimbulkan menakibat berupa perubahan sikap yang menerima pesan.

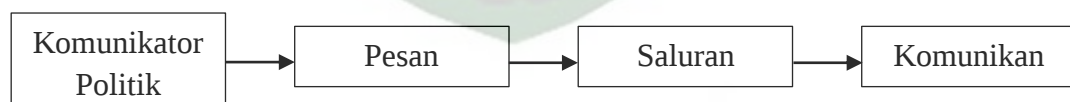
Sementara politik dapat diartikan sebagai suatu cara mendapatkan hal yang diinginkan. Miriam Budiarjo dalam (Efriza & Indrawan, 2018: 5-6) menyatakan bahwa politik merupakan berbagai kegiatan untuk menetapkan dan melaksanakan tujuan-tujuan dalam suatu sistem politik. Menurut David Easton dalam Efriza & Indrawan (2018: 6), politik merupakan ilmu tentang terbentuknya kebijakan umum yang meliputi berbagai kegiatan yang dapat mempengaruhi kebijakan dan cara melaksanakan kebijakan tersebut di masyarakat. Kemudian Roger Soltau dalam Budiardjo (2006 : 9) berpendapat bahwa politik merupakan ilmu tentang negara yang meliputi tujuan dan lembaga negara sebagai pelaksana dari tujuan negara tersebut serta mengenai hubungan negara dengan masyarakatnya dan negara lainnya. Jadi politik dapat disimpulkan sebagai ilmu yang mempelajari tujuan dalam sistem politik suatu negara yang dituangkan dalam kebijakan yang dilaksanakan oleh lembaga-lembaga negara.

Berdasarkan pengertian komunikasi dan politik, beberapa ahli mendefinisikan komunikasi politik. Menurut Cangara (2011 : 29), komunikasi politik merupakan proses komunikasi yang memiliki dampak terhadap kegiatan politik. Alwin Dahlan dalam Cangara (2011 : 28) menyatakan bahwa komunikasi politik merupakan ilmu yang mempelajari sikap dan aktivitas komunikasi yang bersifat politik yang mempengaruhi sikap berpolitik. Pakar ilmu politik, Robert G. Meadow dalam Arifin (2011 : 13) menyatakan bahwa komunikasi politik merupakan pertukaran pesan atau simbol yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh sistem politik sampai pada tingkatan tertentu. Jadi komunikasi politik merupakan aktivitas komunikasi yang berdampak pada kegiatan politik.

Komunikasi Politik sendiri sudah dikenal semenjak era Yunani Kuno yang dapat dilihat dari karya Aristoteles yang berjudul “*Politics and Rethoric*”. Pada masa itu sudah secara umum dikenal bahwa pihak yang berkuasa dalam masyarakat merupakan pihak yang menguasai sumber dan media komunikasi. Pada era modern, kajian komunikasi politik dipengaruhi perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (Efriza & Indrawan, 2018: 11-13). Dengan kemajuan teknologi saat ini, publikasi komunikasi politik dapat dilakukan secara masif dan cepat.

Komunikasi politik memiliki beberapa tujuan, diantaranya untuk membangun citra politik, menyampaikan pesan serta informasi politik, mengatasi tuduhan lawan politik, serta membentuk opini dan menarik simpati publik (Efriza & Indrawan, 2018 : 19). Jadi, Komunikasi politik dapat diartikan sebagai penyampaian pesan politik yang bersumber dari komunikator politik melalui saluran tertentu kepada komunikan. Berdasarkan pengertian tersebut, komunikasi politik mengandung unsur-unsur yang dapat dilihat pada Gambar 2.1.

Gambar 2.1. Unsur-unsur Komunikasi Politik



Sumber: Nimmo (2005: 30)

a. Komunikator Politik

Komunikator politik merupakan pihak yang menjadi sumber informasi atau pesan dalam komunikasi politik. Komunikator politik dapat berupa partai

politik, organisasi dan pemerintah (Efriza & Indrawan, 2018 : 35). Komunikator politik dapat dibagi tiga menurut Nimmo (2005: 30), yaitu

1) Politisi

Politisi atau yang dikenal sebagai politikus merupakan orang yang bertindak untuk mempengaruhi opini orang lain agar dapat mencapai suatu jabatan politik tertentu. Menurut Nimmo, politisi dapat dibedakan menjadi dua yaitu politisi wakil dan politisi ideolog. Politisi ideolog adalah komunikator politik yang merepresentasikan nilai-nilai yang diusung oleh individu atau kelompok politik yang dalam berpolitik lebih mengutamakan nafas ideologi daripada kepentingan pragmatis. Sementara politisi wakil merupakan politisi instan yang diperoleh berdasarkan tingkat popularitas yang dijadikan representasi dari kelompok politik tertentu. Contoh politisi wakil adalah artis, pengusaha atau figur-figur politik yang sudah terkenal (Efriza & Indrawan, 2018 : 69-70).

2) Profesional

Komunikator profesional merupakan orang-orang yang memiliki profesi yang berhubungan dengan media massa, stasiun radio, koran, televisi dan lain-lain. Komunikator profesional memiliki tugas untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyajikan dan menyampaikan laporan-laporan peristiwa politik. Komunikator ini juga dibagi atas dua, yaitu promotor dan jurnalis. Promotor merupakan orang yang ditugaskan untuk menyampaikan kepentingan pelanggan tertentu. Contoh dari promotor adalah agen periklanan, pejabat informasi publik dan manajer kampanye. Sementara

jurnalis merupakan komunikator politik yang bersifat profesional yang mempunyai tugas untuk menyebar luaskan berbagai opini, isu dan fakta politik kepada khalayak ramai (Efriza & Indrawan, 2018 : 72-73).

3) Aktivis

Aktivis merupakan komunikator politik yang bertindak untuk menyampaikan pendapat yang dapat berupa kritikan, pandangan ataupun petisi yang bertujuan untuk menjadi perantara antara kepentingan masyarakat umum untuk disampaikan pada pemerintah. Aktivis dibagi dua, yaitu juru bicara dan pemuka pendapat. Juru bicara beraktivitas sebagai saluran organisasional dan pemuka pendapat beraktivitas berdasarkan jaringan interpersonal (Efriza & Indrawan, 2018: 75). Contoh komunikator aktivis di Indonesia adalah ICW (*Indonesian Corruption Watch*) dan KontraS.

Komunikator politik, menurut Petty dan Cacioppo dalam Efriza & Indrawan (2018 : 68-69) harus memiliki beberapa sikap dalam dirinya, yaitu sebagai berikut:

1) Kredibilitas

Hal ini mengacu kepada sejauh mana keahlian dan kepercayaan yang ada pada komunikator politik. Keahlian menunjukkan seberapa paham komunikator terhadap subjek yang dikomunikasikan dan kepercayaan merujuk pada seberapa besar tingkat kepercayaan si penerima pesan terhadap pesan yang jujur dan tidak memihak.

2) Daya Tarik

Daya tarik komunikator dapat berupa gaya berbicara, penampilan secara fisik, keterampilan dalam berkomunikasi, kepribadian, kinerja dan tingkah laku.

3) Kesamaan

Kesamaan maksudnya adanya kesamaan harapan, perasaan dan kebutuhan antara komunikator dengan khalayak politik. Komunikator dapat dianggap menyenangkan jika memiliki kesamaan kepercayaan dengan audiens.

4) Kekuatan

Komunikator harus memiliki kekuatan dalam menyampaikan pesan politik.

b. Pesan

Pesan politik disampaikan oleh sumber pesan kepada si penerima baik melalui media ataupun secara langsung. Isi dari pesan tersebut dapat berupa penyampaian kebijakan, propaganda, informasi dan lain-lain (Efriza & Indrawan, 2018: 35). Pesan memiliki peranan penting dalam komunikasi politik karena setiap komunikasi memuat suatu pesan. Dalam politik, pesan mempunyai kekuatan untuk menyampaikan opini, keinginan, ideologi dan pemikiran. Pesan harus dapat dikelola dengan baik agar dapat membentuk opini dan pandangan publik yang baik (Efriza & Indrawan, 2018: 90-91).

c. Saluran

Saluran atau media merupakan suatu alat yang berguna untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada penerima. Menurut Cangara (2011: 98-

123), saluran komunikasi dapat dibagi menjadi empat berdasarkan karakteristiknya, yaitu:

1) Media Antarpribadi

Saluran antarpribadi di sini maksudnya saluran yang menghubungkan antar dua orang dalam berkomunikasi. Berikut macam-macam saluran antarpribadi yang digunakan dalam menyampaikan pesan:

a) Kurir

Kurir merupakan orang ketiga penyampai pesan komunikasi antar dua orang atau lebih. Penggunaan jasa kurir lebih banyak dipakai ketika zaman teknologi yang mendukung kemudahan komunikasi belum maju seperti saat ini. Namun untuk daerah pedalaman, masih dapat ditemui penggunaan jasa kurir, misalnya menyampaikan pesan lewat pedagang antar kota, lewat pedagang di pasar, dan lain-lain.

b) Surat

Surat merupakan salah satu saluran komunikasi yang banyak digunakan , terutama jika menyangkut pesan formal. Surat dapat mengandung pesan yang bersifat pribadi dan rahasia serta tak dibatasi oleh waktu dan ruang. Dengan dukungan kemajuan teknologi, saat ini penggunaan surat dapat melalui e-mail yang terhubung dengan internet, sehingga pesan dapat diterima oleh komunikan dengan cepat.

c) Telepon

Saluran komunikasi antar pribadi selanjutnya adalah telepon. Telepon digunakan untuk komunikasi langsung baik untuk pesan yang bersifat

pribadi atau untuk kepentingan lainnya. Telepon menghemat biaya transportasi dan waktu dalam penyampaian pesan.

2) Media Kelompok

Saluran atau media kelompok dalam komunikasi biasanya melibatkan sekitar lima belas orang atau lebih. Contoh media kelompok ini seperti organisasi (partai, organisasi olahraga, organisasi kemasyarakatan, dll), seminar, rapat ataupun konferensi.

3) Media Publik

Jika komunikasi sudah melibatkan lebih dari 200 orang, maka dapat digunakan media publik sebagai saluran komunikasi, seperti rapat raksasa, rapat akbar dan lain-lain. Dalam rapat raksasa biasanya terdapat sejumlah pembicara yang akan didengarkan oleh ratusan orang.

4) Media Massa

Media massa dapat digunakan untuk menyampaikan pesan kepada semua komunikan tanpa diketahui secara rinci lokasi keberadaan mereka. Bentuk media massa yang digunakan dalam komunikasi, khususnya komunikasi politik, antara lain: media cetak (majalah, surat kabar dan tabloid), media format kecil (brosur, leaflet, dll), media elektronik (radio, film, televisi, internet, dll), media luar ruangan (topi, baliho, dll) (Efriza & Indrawan, 2018: 35).

Berdasarkan pendapat Dan Nimmo, ada tiga saluran komunikasi politik, media massa, media komunikasi inter personal dan media komunikasi organisasi. Ada

dua bentuk saluran komunikasi massa, masing-masing berdasarkan tingkat langsungnya komunikasi satu kepada banyak. Bentuk yang pertama terdiri atas komunikasi tatap muka seperti bila seorang kandidat politik berbicara di depan rapat umum atau ketika seseorang berbicara di depan khalayak besar atau konferensi pers. Bentuk yang kedua terjadi jika ada perantara ditempatkan di antara komunikator dan khalayak. Di sini media, teknologi, sarana komunikasi lainnya turut serta. Batas media massa dari penjelasan bersifat longgar tidak hanya berhenti pada media elektronik dan cetak, tetapi juga media-media komunikasi berbentuk rapat-rapat besar dan pertemuan-pertemuan.

Sedangkan media komunikasi interpersonal merupakan bentuk hubungansatu kepada satu. Media (saluran) ini dapat berbentuk tatap muka maupun perantara. Kemudian media komunikasi ketiga adalah komunikasi organisasi yang menggabungkan penyampaian satu kepada satu dan satu kepada banyak. Akan tetapi komunikasi politik satu kepada satu yang melibatkan organisasi jarang dilakukan. Oleh sebab itu saluran komunikasi satu kepada banyak dengan melalui perantara dijadikan alternatif sebagai media komunikasi organisasi. Bentuk dari komunikasi perantara ini adalah penyebaran pamflet dan tidak jarang yang sering terjadi di Indonesia adalah penyampaian pesan komunikasi politikmelalui pembagian atribut seperti kaos-kaos maupun sembako kepada khalayak

Selain media-media di atas, masih ada satu saluran komunikasi saat ini yang banyak digunakan dalam penyampaian pesan, yaitu media sosial. Media sosial muncul sebagai salah satu hasil dari kemajuan teknologi. Kehadiran internet

telah memunculkan saluran komunikasi yang baru yang lebih praktis, mudah dilakukan, dapat dilakukan di mana saja dan kapanpun (tidak terbatas ruang, waktu dan jarak). Kemunculan media sosial telah merubah cara berkomunikasi dalam masyarakat, bahkan telah menghilangkan status sosial sehingga komunikasi dapat dilakukan dengan siapapun tanpa batasan (Watie 2016). Contoh media sosial yang digunakan sebagai saluran komunikasi saat ini adalah: *instagram*, *facebook*, *whatsapp*, *twitter*, *youtube* dan lain sebagainya..

d. Komunikan

Komunikan atau penerima pesan merupakan pihak yang dituju untuk menerima pesan dari komunikator politik. Komunikan dapat berupa satu orang atau dalam bentuk kelompok. Komunikan juga disebut sebagai khalayak politik. Menurut Jefkins dalam Efriza & Indrawan (2018: 83), khalayak merupakan orang atau kelompok yang berkomunikasi secara internal atau eksternal dengan suatu organisasi. Ada sepuluh khalayak yang dijadikan sebagai subjek komunikasi politik, yaitu masyarakat luas, calon sukarelawan, pemasok jasa (konsultan), distributor kepentingan penguasa, kelompok kepentingan, pegawai atau anggota, donatur, para pemilih, pemimpin opini dan media massa.

Komunikasi politik sebagai suatu disiplin ilmu memiliki lima fungsi dasar menurut Brian Mc Nair dalam Efriza & Indrawan (2018 : 22-23). Kelima fungsi tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) untuk menyampaikan informasi berupa kejadian apa yang sedang terjadi kepada masyarakat.

- 2) untuk memberikan pendidikan kepada masyarakat mengenai signifikansi dan arti fakta yang ada.
- 3) merupakan platform yang menampung berbagai masalah politik sehingga opini publik dapat dibentuk dan opini tersebut dikembalikan kepada masyarakat.
- 4) menjadi *watchdog* atau pengawas pemerintah beserta lembaga-lembaga politik yang terkait dengan membuat publikasi dalam menjalankan tugas-tugasnya.
- 5) sebagai saluran advokasi sehingga kebijakan dan program-program politik dapat disampaikan melalui media massa sehingga diketahui oleh masyarakat.

2. Strategi Komunikasi Politik

Strategi berasal dari bahasa Yunani "*strategos*" yang memiliki makna di bidang militer, yaitu memimpin. Pada awalnya, penggunaan kata strategi untuk merencanakan cara menaklukkan lawan dalam perang. Menurut Cangara (Cangara, 2011: 22), strategi adalah suatu cara untuk memilih rencana terbaik dari berbagai rencana untuk mencapai tujuan yang dilakukan secara berkelanjutan. Dalam bidang komunikasi, strategi merupakan gabungan antara bagaimana cara manajemen komunikasi dan merencanakan komunikasi agar tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai (Effendy, 2002: 10). Strategi komunikasi juga dapat diartikan sebagai sebuah rencana yang dilakukan dengan mengirim gagasan-gagasan baru untuk mengubah tingkah laku komunikasi dalam skala besar (Rogers dalam Cangara, 2011: 61). Jadi strategi komunikasi dapat diartikan sebagai suatu

rencana manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan dengan cara mengirim berbagai gagasan baru.

Cangara menyatakan bahwa perencanaan komunikasi merupakan aspek penting dalam strategi komunikasi (Cangara , 2011: 62). Perencanaan komunikasi merupakan ilmu dan seni dengan menggunakan saluran komunikasi untuk memasarkan agar tercapainya target khalayak (Cangara , 2013: 45). Dengan adanya perencanaan yang baik dalam strategi komunikasi, pesan yang akan disampaikan dapat merubah perilaku khalayak yang menjadi target sasaran komunikasi, sehingga untuk menyusun suatu strategi komunikasi dibutuhkan suatu perumusan rencana yang jelas mengenai taktik operasional komunikasi dengan cara mempertimbangkan faktor-faktor pendukung dan penghambat komunikasi (Effendy, 2002: 35).

Dalam pelaksanaannya, strategi komunikasi mempunyai beberapa tahapan. Tahap-tahapan strategi komunikasi menurut Cutlip, Center & Broom (2011 : 47) adalah sebagai berikut:

a. Mengobservasi/mengamati

Pada tahap ini dilakukan beberapa aktivitas, yaitu mengamati, mengawasi dan meneliti pendapat, pengetahuan, perilaku dan tindakan masyarakat yang berkepentingan yang terpengaruh oleh aktivitas komunikasi yang akan dilakukan. Karena masyarakat dapat terpengaruh, maka mereka selalu mencari karakter publik yang dapat dijadikan sebagai patokan dalam bertindak ataupun berpendapat. Pada tahapan ini akan diketahui

karakteristik dan situasi masyarakat yang akan menjadi penerima pesan komunikasi.

b. Perencanaan

Setelah data hasil pengamatan terkumpul, langkah selanjutnya yang dilakukan adalah perencanaan dengan membuat program yang memuat tindakan dan tujuan dari strategi komunikasi berdasarkan karakteristik dan situasi masyarakat. Perencanaan merupakan tahapan yang sangat penting.

c. Mengambil tindakan komunikasi

Pada tahap ini hasil dari program perencanaan yang telah disusun akan diimplementasikan dengan cara menyampaikan pesan-pesan secara komunikatif yang dapat membangun citra yang efektif untuk menarik perhatian masyarakat.

d. Evaluasi

Pada tahap ini dilakukan proses evaluasi terhadap semua tahap-tahapan sebelumnya. Hal ini dilakukan untuk mengetahui keefektifan dari strategi yang dilakukan, memfokuskan usaha, memberik dukungan terhadap manajemen, serta merupakan bentuk pertanggung jawaban atas strategi yang telah dilakukan. Melalui evaluasi dapat diketahui bahwa suatu strategi komunikasi berhasil atau tidak.

Strategi komunikasi juga dapat diterapkan untuk menyampaikan pesan-pesan politik. Menurut Ardial (2010: 72) strategi komunikasi politik adalah suatu keputusan untuk masa depan yang diambil dengan melihat situasi tertentu dan dilakukan dalam mencapai tujuan politik tertentu. Peranan strategi komunikasi

politik untuk menentukan kemenangan serta mempengaruhi perolehan suara dalam pemilu, sehingga strategi komunikasi politik sangat perlu untuk dianalisis (Firmanzah, 2008: 244). Strategi komunikasi politik berupa tindakan alternatif yang sistematis untuk menyusun rencana komunikasi politik agar tujuan politik tercapai secara optimal. Berdasarkan pendapat Effendy (2002: 10), strategi komunikasi politik juga dapat diartikan sebagai gabungan antara manajemen dan perencanaan komunikasi politik agar tujuan yang telah ditetapkan tercapai.

Strategi komunikasi dapat berlangsung dengan menggunakan pendekatan yang bersifat persuasif. Hal ini dikarenakan komunikasi memiliki peran dalam merubah perilaku manusia dengan cara mengajak. Menurut Hovland, persuasif merupakan agar seseorang dapat berpikir menggunakan pendapat orang lain ataupun pendapat dirinya sendiri (Soenarjo, 1983:31). Pada bidang politik, strategi komunikasi yang bersifat persuasif diterapkan untuk mengajak para khalayak menetapkan pilihannya pada saat pemilihan umum. Langkah persuasif dilakukan ketika sedang kampanye dengan cara mendekati dan menyampaikan pesan-pesan politik yang dapat mempengaruhi komunikan.

Sama halnya dengan strategi komunikasi, perencanaan merupakan tahapan yang sangat penting pada strategi komunikasi politik. Berikut perencanaan strategi komunikasi politik yang diadopsi dari strategi kampanye Gregory dalam (Venus, 2009: 145-158):

a. Analisis Masalah

Tahapan ini merupakan langkah awal dalam perencanaan strategi komunikasi politik yang dapat disebut sebagai proses identifikasi.

Tahap ini dilakukan secara terstruktur sehingga diperoleh identifikasi permasalahan yang jelas. Proses ini dilakukan dengan cara mengumpulkan semua data atau informasi yang terkait dengan permasalahan serta dilakukan secara tertulis dan objektif.

b. Penyusunan Tujuan

Tujuan yang akan disusun harus bersifat realistis. Beberapa tujuan tersebut, yaitu untuk membangun dan memperbaiki citra, membentuk opini publik, mengajak khalayak untuk melakukan tindakan tertentu serta membentuk suatu kesadaran dan memberikan pemahaman yang baru.

c. Identifikasi dan Segmentasi sasaran

Agar strategi komunikasi politik tepat sasaran, dilakukan identifikasi dan segmentasi sasaran. Proses ini dilakukan berlapis-lapis sebanyak tujuan untuk lebih mudah diidentifikasi.

d. Menentukan pesan

Menentukan pesan merupakan tahapan perencanaan yang paling penting karena setiap komunikasi memiliki muatan pesan komunikasi. Melalui pesan tujuan akan komunikasi politik akan tercapai dengan menjadikan pesan sebagai sarana untuk membawa sasaran mengikuti program-program yang dikomunikasikan.

e. Strategi dan Taktik

Strategi atau disebut juga *the big idea* merupakan pendekatan dalam komunikasi politik yang akan diterapkan secara keseluruhan.

Sementara taktik merupakan pendekatan yang sangat bergantung pada sasaran dan tujuan. Taktik yang digunakan juga harus bervariasi atau beragam serta kreatif untuk mencapai tujuan dan menghadapi sasaran yang lebih kompleks.

f. Alokasi waktu dan sumber daya

Dalam menerapkan komunikasi politik terdapat rentang waktu tertentu yang telah ditetapkan baik oleh pihak luar ataupun dalam. Waktu boleh berkampanye sebelum pemilu merupakan salah satu contoh alokasi waktu yang ditentukan oleh pihak luar. Untuk sumber daya diharapkan dialokasikan berdasarkan efisiensi dan efektifitas.

g. Evaluasi

Sama halnya dengan strategi komunikasi, evaluasi pada tahapan ini juga berfungsi untuk mengevaluasi strategi komunikasi yang digunakan berhasil atau tidak. Evaluasi harus dilakukan dengan terstruktur dan bersungguh-sungguh karena hasil proses ini akan dijadikan sebagai patokan untuk program-program selanjutnya.

3. Partai Politik

Menurut Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2002, “Partai politik adalah organisasi politik yang dibentuk oleh sekelompok warga negara Republik Indonesia secara sukarela atas dasar kesamaan kehendak dan cita-cita untuk memperjuangkan kepentingan anggota, masyarakat, bangsa dan negara melalui pemilihan umum”. Menurut Budiardjo (2006: 161) partai politik merupakan suatu

organisasi yang beranggotakan sekelompok orang dengan tujuan dan nilai yang sama. Menurut R. H. Soltou yang dikutip oleh Rahman (2007: 102), partai politik adalah sekelompok masyarakat yang membentuk kesatuan politik yang terorganisir, baik berjumlah sedikit atau banyak dengan tujuan untuk menguasai pemerintahan yang menjalankan kebijakan umum mereka. Jadi partai politik merupakan suatu organisasi politik yang dibentuk oleh sekelompok masyarakat yang memiliki tujuan dan nilai yang sama untuk menguasai pemerintahan melalui pemilihan umum.

Menurut Cangara (2011: 209-210), partai politik memiliki tiga prinsip dasar berdasarkan pengertiannya. Pertama sebagai partai koalisi, partai politik membangun kekuatan mayoritas melalui pembentukan koalisi dari berbagai kepentingan dimana terdapat faksi-faksi di dalam koalisi tersebut. Kedua sebagai organisasi, partai politik harus diorganisir, dikelola, dibesarkan dan dibina agar menjadi partai yang dinamis, eksis dan berkelanjutan sehingga dapat menjadi wadah perjuangan serta terlihat menarik dan dapat merepresentasikan pemikiran beberapa kelompok atau individu. Terakhir, sebagai pembuat kebijakan, dimana partai politik memiliki pengaruh dalam pembuatan kebijakan yang disuarakan oleh kader-kadernya yang telah duduk pada berbagai jabatan politik.

Partai politik memiliki tiga fungsi menurut Dalton dan Wattenberg dalam Pamungkas (2011: 15-20), yaitu:

a. Partai di elektorat

Fungsi partai di elektorat artinya partai politik berfungsi untuk menghubungkan atau menjembatani antara seseorang dengan proses demokrasi. Fungsi partai di elektorat dibagi atas empat, yaitu

1) Sebagai edukator warga negara

Pada konteks ini partai politik memberikan informasi, membujuk dan mendidik masyarakat mengenai tindakan serta alasan dibalik pengambilan posisi kebijakan tertentu.

2) Dapat menyederhanakan pilihan

Kebanyakan pemilih menghadapi dilema ketika dihadapkan pada pilihan politik. Politik merupakan hal yang sangat kompleks sehingga sulit untuk dipahami. Di sinilah partai politik hadir untuk membantu para pemilih untuk memahami dengan menyederhanakan isu-isu politik sehingga masyarakat menjadi akrab dengan politik.

3) Memobilisasi rakyat

Pada konteks ini partai politik dapat memobilisasi rakyat baik secara langsung ataupun tidak langsung. Partai politik di negara-negara demokrasi berperan dalam mendapatkan orang untuk berpartisipasi dalam proses pemilu. Pada setiap kampanye politik, partai politik memobilisasi masyarakat untuk ikut serta.

4) Membangkitkan simbol identifikasi dan loyalitas

Partai politik merupakan basis dari identifikasi politik yang terpisah dengan negara, serta ketidakpuasan terhadap pemerintahan dapat langsung

disalurkan melalui partai politik untuk ditujukan kepada lembaga-lembaga yang terkait. Kemudian sebagai simbol loyalitas, partai politik dapat membuat masyarakat terhindari dari kerentanan terombang-ambing oleh demagog. Kestabilan pemerintah yang demokratis serta terciptanya kesinambungan dalam pilihan pemilih dapat diperoleh dari keterikatan partisipan dengan partai politik.

b. Sebagai organisasi

Sebagai organisasi, partai politik memiliki empat fungsi sebagai berikut:

1) Rekrutmen kepemimpinan politik dan mencari pejabat pemerintahan

Rekrutmen bagi partai politik merupakan hal yang paling mendasar. Partai politik meneliti, mencari dan mendesain kandidat yang akan ikut dalam pemilu. Dalam seleksi kandidat ada beberapa kunci desain yaitu kualifikasi yang diseleksi, penyeleksi, yang memutuskan serta derajat desentralisasi dan demokratisasi.

2) Pengartikulasian kepentingan politik

Fungsi ini merupakan kunci dari partai politik. Dalam konteks ini, pengartikulasian kepentingan dilakukan partai politik dengan cara mengekspresikan pandangan pendukungnya dalam pelaksanaan pemerintahan sebagai bentuk menyuarakan kepentingan-kepentingan pendukungnya. Hal ini menyebabkan partai politik terlihat menyerupai kelompok-kelompok kepentingan yang juga mengartikulasi kepentingannya.

3) Pelatihan elit politik

Melatih elit politik dianggap merupakan bagian penting bagi kesuksesan demokrasi. Partai politik melatih dan membekali para elit yang prospektif agar dapat mengisi jabatan-jabatan politik. Pada fungsi ini, partai politik melakukan pelatihan dan membekali para elit politik yang diharapkan dapat mengisi berbagai jabatan politik dengan berbagai materi seperti prinsip-prinsip partai, norma-norma dan proses demokrasi, kebijakan serta persoalan strategis negara.

4) Pengagresian kepentingan politik

Fungsi ini ditunjukan partai politik melalui kegiatan yang menyeleksi dan menggabungkan kepentingan dari berbagai kelompok sosial menjadi suatu kebijakan alternatif ataupun program pemerintah. Melalui fungsi ini, dapat dilihat bahwa partai politik berbeda dengan kelompok kepentingan yang fungsinya hanya terbatas pada artikulasi kepentingan.

c. Partai di pemerintahan

Pada konteks ini partai politik telah identik dengan kunci-kunci demokrasi serta melakukan penstruktural dan pengelolaan berbagai permasalahan pemerintah.

Ada tujuh fungsi partai politik sebagai partai di pemerintahan, yaitu:

1) Menciptakan mayoritas pemerintahan

Setelah pemilu, kandidat-kandidat partai politik akan duduk di parlemen sebagai wakil partai yang dituntut untuk dapat menciptakan pemerintahan yang mayoritas. Hal ini dilakukan agar pemerintahan menjadi efektif pada sistem presidensial dan agar terbentuknya pemerintahan dalam sistem

parlementer. Jika tidak ada mayoritas dalam parlemen maka koalisi partai-partai politik merupakan keniscayaan.

2) Pengorganisasian pemerintahan

Partai politik memberikan mekanisme untuk mengorganisir kepentingan-kepentingan serta menjadi kerjasama antara anggota legislatif. Melalui mekanisme kontrol dan insentif yang bervariasi, partai politik dapat bertanggung jawab terhadap kedisiplinan partai di parlemen. Partai politik dapat menegakkan kedisiplinan, mengawasi legislator, mengontrol pemilihan pemimpin parlemen serta dapat mendistribusikan sumber daya parlemen.

3) Implementasi kebijakan

Fungsi ini dibentuk berdasarkan transformasi dari janji-janji kampanye dan manifesto partai. Partai politik merupakan aktor sentral yang akan menentukan kebijakan pemerintahan, dimana dalam pelaksanaannya seharusnya manifesto kampanye dengan kebijakan harus berjalan secara linear.

4) Mengorganisir ketidaksepakatan ketika menjadi oposisi

Partai yang memerankan fungsi ini berada di luar pemerintahan. Dalam menjalankan fungsi ini, partai oposisi membuat kebijakan yang berbeda dengan pemerintah sebagai kebijakan alternatif. Hal ini dilakukan untuk menarik simpati masyarakat untuk pemilihan umum di masa yang akan datang.

5) Bertanggung jawab terhadap pemerintah

Fungsi ini diperankan oleh partai politik yang menjadi partai penguasa dimana partai tersebut bertanggung jawab terhadap sikap dan kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah. Dengan mekanisme seperti ini, akan lebih mudah memberikan kredit jika pemerintahan berhasil dan memberi penghukuman jika gagal.

6) Melakukan kontrol terhadap administrasi pemerintah

Dalam konteks ini, partai politik terlibat dalam memilih kandidat-kandidat yang akan menempati jabatan politik dengan kesepakatan tertentu. Fungsi ini berhubungan dengan peran partai yang terlibat dalam mengontrol birokrasi pemerintahan.

7) Memperkuat stabilitas pemerintahan

Stabilitas pemerintahan berhubungan langsung dengan stabilitas partai politik. Artinya jika stabilitas partai politik terjaga, maka stabilitas pemerintahan juga terjaga sehingga akan menyebabkan iklim demokrasi juga ikut stabil.

4. Pemilihan Umum

Pemilihan umum atau yang biasa disingkat dengan pemilu merupakan sarana penting bagi warga negara dalam kehidupan demokrasi. Menurut UU Nomor 3 Tahun 1999 tentang Pemilihan Umum, pemilu adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berdasarkan Pancasila dan UUD 1945. Menurut Morissan (2005: 17), pemilu merupakan cara atau sarana untuk memberikan pengetahuan tentang keinginan

rakyat dalam menentukan arah dan kebijakan negara di masa yang akan datang. Menurut Harris G. Warren yang dikutip oleh Surbakti (2010: 15), pemilu merupakan kesempatan bagi warga negara untuk memilih para pejabat pemerintahan dan menentukan apa yang mereka ingin pemerintah itu lakukan untuk mereka. Kemudian menurut Surbakti (2010: 18) merupakan mekanisme penyeleksian atau penyerahan kepada individu ataupun partai politik yang telah dipercayai. Jadi pemilu dapat diartikan sebagai sarana bagi warga negara untuk melaksanakan kedaulatan rakyat dalam memilih individu-individu yang telah dipercayai sebagai pejabat pemerintahan dan menentukan tindakan yang harus dilakukan pemerintah.

Pemilu memiliki tiga tujuan menurut Prihatmoko (2003: 19), sebagai berikut:

- 1) Pemilu sebagai sarana yang menjami integrasi masyarakat melalui pemindahan kepentingan rakyat ke perwakilan rakyat yang sudah terpilih dan partai politik pemenang pemilu yang duduk di badan perwakilan rakyat.
- 2) Pemilu merupakan sistem kerja yang berfungsi untuk menyeleksi pemimpin dari pemerintahan serta kebijakan umum yang alternatif.
- 3) Pemilu bertujuan untuk menggerakkan dan menggalang dukungan dari masyarakat dengan ikut serta dalam proses politik.

Pemilu di Indonesia telah dilakukan sebanyak 12 kali sampai saat ini. Pemilu pertama kali diselenggarakan pada tahun 1955 pada era pemerintahan Soekarno untuk memilih anggota DPR (29 September 1955) dan anggota

Konstituante (25 Desember 1955). Pada era kepemimpinan Presiden Soeharto selama 32 tahun telah diselenggarakan pemilu sebanyak enam kali, yaitu pada tahun 1971, 1977, 1982, 1987, 1992 dan 1997. Pada era ini tujuan pemilu hanya untuk memilih anggota legislatif (DPR, DPRD Tingkat I dan DPRD Tingkat II), sementara Presiden dan wakilnya dipilih oleh MPR (KPU, 2014: 1-5). Pasca pemerintahan Soeharto atau yang disebut dengan era Reformasi, pemilu telah diselenggarakan sebanyak lima kali, yaitu pada tahun 1999, 2004, 2009, 2014 dan 2019.

Sejak tahun 2004, bentuk penyelenggaraan Pemilu berdasarkan tujuannya dibagi atas tiga, yaitu pemilu legislatif (pileg) untuk memilih anggota DPR, DPD, dan DPRD, pemilu Presiden dan Wakil Presiden, serta pemilu Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah (pilkada). Sebelum tahun 2004, Presiden dan wakil presiden serta kepala daerah dan wakil kepala daerah dipilih oleh DPR dan DPRD (KPU, 2011: 18). Berdasarkan ketentuan umum pasal 1 Undang-undang Nomor 10 Tahun 2008 tentang Pemilu, Pileg adalah pemilu untuk memilih anggota DPR, DPD dan DPRD provinsi dan DPRD kabupaten/kota dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Terdapat beberapa syarat bagi partai politik untuk mengajukan kandidat calon legislatif untuk Pileg, yaitu

- 1) berstatus badan hukum; sesuai dengan Undang-Undang tentang Partai Politik,
- 2) memiliki kepengurusan di 2/3 (dua pertiga) jumlah provinsi,

- 3) memiliki kepengurusan di 2/3 (dua pertiga) jumlah kabupaten/kota di provinsi yang bersangkutan;
- 4) menyertakan sekurang-kurangnya 30% (tiga puluh perseratus) keterwakilan perempuan pada kepengurusan parpol tingkat pusat;
- 5) memiliki anggota sekurang-kurangnya 1.000 (seribu) orang atau 1/1.000 (satu perseribu) dari jumlah penduduk pada setiap kepengurusan parpol yang dibuktikan dengan kepemilikan kartu tanda anggota;
- 6) mempunyai kantor tetap untuk kepengurusan;
- 7) mengajukan nama dan tanda gambar parpol kepada KPU sesuai dengan ketentuan Perundang-undangan (UU No.10 Tahun 2008 Tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah);

Dalam pelaksanaannya, pemilu dilaksanakan berdasar lima asas sesuai dengan ketentuan Pasal 22E UUD 1945, yaitu

- 1) Langsung artinya rakyat sebagai pemilih berhak untuk memberikan suaranya secara langsung sesuai kehendak hati nuraninya tanpa perantara.
- 2) Umum artinya pemilu berlaku bagi semua warga negara.
- 3) Bebas artinya setiap warga negara berhak untuk memilih dengan bebas siapapun yang akan dipilih untuk mengemban aspirasinya tanpa ada paksaan, dan tekanan dari siapapun.
- 4) Rahasia artinya ketika memberikan suara, pilihan pemilih dijamin tidak akan diketahui pihak manapun.

- 5) Jujur artinya semua pihak yang terkait dengan pemilu harus jujur sesuai dengan undang-undang yang berlaku.
- 6) Adil artinya dalam penyelenggaraan pemilu setiap pemilih dan peserta pemilu mendapat perlakuan yang sama serta bebas dari kecurangan pihak manapun.

Pemilu yang berdasarkan keenam asas di atas, merupakan syarat mutlak agar wakil rakyat yang terpilih berkualitas, memiliki integritas serta secara optimal menjalankan fungsi kelembagaan. Dalam penyelenggaraan prinsip keterwakilan dijamin. Artinya setiap orang akan dijamin mempunyai wakil yang di lembaga legislatif dari pusat hingga ke daerah yang bertugas untuk menyuarakan aspirasi rakyat. Pelaksanaan Pemilu yang berkualitas dan baik dan akan menaikkan tingkat partisipasi, derajat kompetisi yang sehat, dan keterwakilan yang bertanggung jawab.

B. Definisi Operasional

1. Strategi

Dalam politik, strategi merupakan suatu pengelolaan atau rencana untuk mencapai tujuan organisasi politik. Agar dapat memperoleh suara dalam pemilu, PDI Perjuangan sebagai partai politik juga membutuhkan suatu strategi. Strategi yang tepat dapat memaksimalkan perolehan suara PDI Perjuangan.

2. Komunikasi Politik

Komunikasi politik dapat diartikan sebagai siapa aktor politik yang mengucapkan apa dengan media apa dan akibat apa pengaruh politik yang ditimbulkan (Roudhonah, 2007: 19). “Siapa” disini merujuk pada unsur komunikasi politik yaitu sumber pesan atau informasi yang disebut juga sebagai komunikator politik, “mengucapkan apa” merujuk pada pesan yang disampaikan dalam komunikasi politik, “kepada siapa” merujuk pada khalayak politik yang menjadi sasaran dari penerima pesan, “melalui media apa” merujuk pada media yang digunakan dalam menyampaikan pesan politik dan “akibat yang ditimbulkan” merupakan efek timbal balik dari komunikasi politik. Adapun yang menjadi komunikator politik pada penelitian ini adalah PDI Perjuangan Kota Pekanbaru.

3. Strategi Komunikasi Politik

Strategi komunikasi politik merupakan suatu perencanaan untuk menyampaikan pesan-pesan politik dengan tujuan tertentu. Salah satu masa penerapan strategi komunikasi politik adalah ketika kampanye untuk memenangkan pemilihan umum oleh partai politik seperti PDI Perjuangan. Pada Pemilihan Umum Legislatif (Pileg) 2019 di kota Pekanbaru, PDI Perjuangan merancang suatu strategi komunikasi politik agar masyarakat Pekanbaru menetapkan pilihannya kepada PDI Perjuangan.

4. Partai Politik

PDI Perjuangan merupakan sebuah partai politik, yaitu suatu organisasi yang beranggotakan sekelompok orang dengan tujuan dan nilai yang sama untuk menguasai jalannya pemerintahan. PDI Perjuangan kota Pekanbaru memiliki beberapa fungsi berdasarkan pandangan Dalton dan Wattenberg, diantaranya adalah rekrutmen kepemimpinan politik dan mencari kandidat calon-calon legislatif baik tingkat kota sampai tingkat nasional periode 2019-2024, memobilisasi masyarakat untuk mengikuti kampanye, mengedukasi masyarakat dan lain sebagainya.

5. Pemilihan Umum Legislatif (Pileg)

Pemilihan Umum Legislatif (Pileg) merupakan sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat untuk memilih anggota DPR, DPD dan DPRD provinsi dan DPRD kabupaten/kota dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Adapun Pileg yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Pileg 2019 di Pekanbaru.

C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Berikut beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Pattiasina (2015) berupa jurnal yang berjudul “Strategi Komunikasi Politik PDI Perjuangan Kabupaten Maluku Tengah pada Pemilu 2014”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana komunikasi politik yang dilakukan oleh Partai Politik lewat calon-calonnya serta memahami bagaimana keterikatan nilai yang ada di

dalam masyarakat, dan korelasinya dengan pilihan politik masyarakat. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian peneliti terletak pada lokasi penelitian dan tahun Pemilu. Pada penelitian ini lokasi penelitian di Maluku Tengah, sementara lokasi penelitian peneliti adalah di kota Pekanbaru pada Pileg 2019.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Jaya, Cangara, & Hasrullah (2015) berupa jurnal yang berjudul “Keberhasilan dan Kegagalan Strategi Komunikasi Kampanye Para Kandidat dalam Perebutan Kursi Legislatif DPRD Kabupaten Barru Periode 2014-2019”. Tujuan penelitian ini untuk bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi kampanye yang dilakukan oleh kandidat calon legislatif yang berhasil dan yang gagal dalam perebutan kursi legislatif DPRD Kabupaten Barru, Faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan dan kegagalan para kandidat, serta sikap para kandidat terkait hasil pemilihan legislatif pada tanggal 9 juli 2014 yang lalu, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Subyek penelitian ini terdiri dari 13 orang calegsementara subjek penelitian peneliti adalah partai politik yaitu PDI Perjuangan kota Pekanbaru pada Pileg 2019.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Pujono, Muktiyo, & Hastjarjo (2015) berupa jurnal yang berjudul “Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Partai Golkar dalam Memenangkan Pemilihan Umum 2014 di

Kabupaten Sragen”. Tujuan penelitian ini menganalisis strategi komunikasi politik calon legislative dalam partai Golkar untuk memenangkan kompetisi dalam pemilihan umum tahun 2014 di Kabupaten Sragen. Hasilnya menunjukkan bahwa kemenangan dalam kompetisi pemilihan umum tidak semata-mata didasarkan pada kemampuan finansial.. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian peneliti terletak pada subjek penelitian. Pada penelitian ini subjek penelitian Partai Golkar di Kabupaten Sragen, sementara subjek penelitian peneliti adalah partai politik yaitu PDI Perjuangan kota Pekanbaru pada Pileg 2019.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Ridho Satrio Hutomo berupa jurnal yang berjudul “Strategi Komunikasi Politik Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan dalam Memobilisasi Pemilih Pada Pemilu Legislatif Daerah Kota Semarang Tahun 2014”. Penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi politik partai PDIP di tengah fenomena unik yang terkait PDI Perjuangan di kota Semarang. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian peneliti terletak pada subjek penelitian dan strategi yang digunakan. Pada penelitian ini subjek penelitian PDI Perjuangan Semarang pada Pileg 2014, sementara subjek penelitian peneliti adalah partai politik yaitu PDI Perjuangan kota Pekanbaru pada Pileg 2019. Kemudian strategi yang digunakan pada penelitian ini adalah strategi komunikasi politik oleh Maswadi Rauf, sementara strategi komunikasi politik penelitian peneliti adalah strategi kampanye politik oleh Gregory.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Menurut Mantra dalam Siyoto & Sodik (2015: 28), metode kualitatif adalah suatu metode penelitian yang hasilnya berupa data deskriptif seperti sikap serta perkataan dari objek yang diamati. Deskriptif dalam metode ini artinya bahwa setiap permasalahan yang diteliti akan diuraikan dengan cara memberikan gambaran mengenai kondisi subjek penelitian berdasarkan fakta hasil pengamatan.

B. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah

1. Dewan Pimpinan Cabang (DPC) PDI Perjuangan Kota Pekanbaru, yaitu:

Tabel 3.1
Struktur DPC PDI Perjuangan Pekanbaru yang Menjadi Subjek Penelitian

No	Nama	Jabatan di DPC	Jabatan di Pemerintahan
1	Robin P. Hutagalung	Ketua	Anggota Badan Anggaran DPRD Provinsi Riau periode 2019-2024
2	Dapot Sinaga	Wakil Ketua Bidang Kehormatan	Anggota Komisi IV DPRD kota Pekanbaru periode 2019-2024
3	Ruslan Tarigan	Wakil Ketua Bidang Pemuda, Olahraga dan Komunitas Seni Budaya	Sekretaris Komisi II DPRD kota Pekanbaru periode 2019-2024
4	Said Mahdi	Wakil Ketua Bidang Pemenangan Pemilu	-

Sumber: DPC PDI Perjuangan Kota Pekanbaru.

2. Masyarakat yang ikut Pileg 2019, yaitu:

- a) Edi Rambe, 52 tahun, warga rumbai pesisir (daerah basis PDI Perjuangan)
- b) Maidio Syahputra, 25 tahun, warga Tenayan Raya.

Sementara objek penelitian ini adalah strategi komunikasi politik PDI Perjuangan Pekanbaru.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di Pekanbaru khususnya di kantor Dewan Pengurus PDI Perjuangan Pekanbaru yang beralamat di jalan Panglima Undan No.52, Kelurahan Kampung Bandar, Kecamatan Senapelan, Pekanbaru-Riau dan di daerah basis kemenangan PDI Perjuangan di kota Pekanbaru.

Tabel 3.2. Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Tahun 2019												Tahun 2020																				ket				
		Agustus-November								Desember				Jan-Mar				April-Mei				Juni				Juli-Agustus				September					Oktober			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					
1	Persiapan dan Penyusunan UP	x	x	x	x	x	x	x	x																													
2	Bimbingan dan Revisi UP									x	x	x	x	x																								
3	Seminar UP													x																								
4	Revisi UP														x	x																						
5	Penelitian Lapangan																				x	x	x	X	x	x	x											
6	Pengolahan Data dan Analisis Data																																					
7	Konsultasi Bimbingan Skripsi																											x	x	x								
8	Ujian Skripsi																														x							
9	Revisi dan Pengesahan Skripsi																															x	x					
10	Penggandaan serta Penyerahan Skripsi																																	x				

D. Sumber Data

Menurut Siyoto & Sodik (2015: 68), berdasarkan sumbernya, data dapat dibagi menjadi data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data asli yang diperoleh langsung dari sumber objek penelitian. Sementara data sekunder merupakan data yang didapat secara tidak langsung dari sumber data yang telah ada. Pada penelitian ini, sumber data yang digunakan oleh penulis adalah sumber data primer dan sekunder. Adapun sumber data primer penelitian ini adalah anggota struktur DPC PDI Perjuangan Pekanbaru. Sementara sumber data sekunder penelitian ini adalah dari KPU, BPS, website, buku, koran, jurnal, berita, media sosial, dll yang masih berhubungan dengan strategi komunikasi politik PDI Perjuangan Pekanbaru dalam meningkatkan perolehan suaranya pada Pemilu Legislatif Pekanbaru 2019.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian adalah melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Wawancara

Menurut Rabita (2010: 40), wawancara merupakan daftar pertanyaan yang disusun secara terbuka yang diajukan kepada sumber informasi penelitian (informan/responden) untuk memperoleh jawaban. Metode wawancara juga merupakan metode pengumpulan data dengan menggunakan cara komunikasi, yaitu dengan mengontak secara langsung responden penelitian. Sebelum melakukan wawancara, dapat terlebih dahulu dibuat daftar pertanyaan serta panduan dalam wawancara.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mencari data berupa buku, catatan, surat kabar, transkrip, website, notulen rapat dan lain-lain (Siyoto & Sodik, 2015: 78). Adapun data yang akan didokumentasikan pada penelitian ini adalah dokumen hasil Pemilu 2004-2019 tingkat nasional, Provinsi Riau dan Pekanbaru, data struktur DPC PDI Perjuangan Pekanbaru, serta data lainnya yang berhubungan dengan strategi komunikasi PDI Perjuangan pada Pileg 2019 Pekanbaru.

F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik triangulasi. Teknik triangulasi merupakan teknik untuk menguji kredibilitas data berdasarkan waktu dan banyak sumber data. Teknik ini dibagi menjadi tiga, yaitu triangulasi sumber, waktu dan teknik. Triangulasi sumber yaitu teknik pemeriksaan data melalui banyak sumber data (informan). Melalui teknik ini, maka akan ditarik kesimpulan yang diperoleh dari berbagai sumber data tersebut. Kemudian teknik triangulasi waktu adalah teknik pemeriksaan data berdasarkan waktu memperolehnya. Misalnya jika data diperoleh pada pagi hari di mana pikiran masih segar, maka data yang diperoleh lebih kredibel dibandingkan dengan waktu lainnya. Triangulasi teknik merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan berbagai metode pengumpulan data (Sugiyono, 2007: 272-274). Pada penelitian ini untuk memeriksa keabsahan data digunakan teknik wawancara dan dokumentasi.

G. Teknik Analisis Data

Menurut Moleong dalam (Siyoto & Sodik, 2015: 120), analisis data kualitatif merupakan suatu cara yang dilakukan dengan mengorganisir, memilih, mengkategorikan, mencari pola, mencari hal-hal penting untuk dapat disajikan dan disampaikan kepada orang lain. Adapun langkah-langkah teknik analisis data untuk penelitian kualitatif menurut Siyoto & Sodik (2015: 120-121) adalah sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah teknik analisis data dengan cara memilih-milah, memfokuskan, merangkum serta menumukan pola dari hal-hal yang penting dalam penelitian dan membuang hal-hal yang tidak penting. Reduksi dapat dilakukan dengan cara abstraksi yaitu merangkum inti dari proses penelitian dan membuat daftar pertanyaan yang tidak keluar dari pokok permasalahan. Reduksi data dalam penelitian dilakukan secara kontinu selama penelitian sampai diperoleh data yang sederhana yang berisi hal-hal penting pokok permasalahan yang diteliti.

b. Penyajian data

Teknik ini merupakan suatu langkah untuk menyakikan sekumpulan informasi yang disusun sedemikian hingga sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan. Data kualitatif yang disajikan sudah bersifat sederhana tanpa mengurangi maksudnya. Penyajian data bertujuan untuk melihat deskripsi permasalahan secara keseluruhan dan terperinci dengan mengklasifikan data sesuai dengan pokok permasalahan

c. Kesimpulan atau verifikasi

Tahap akhir dari analisis data adalah dengan menarik kesimpulan berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan dan direduksi. Penarikan kesimpulan merupakan langkah untuk mencari arti dari data dengan cara mencari persamaan, hubungan serta perbedaan antar data.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah PDIP Perjuangan

Munculnya PDI Perjuangan masih berkaitan dengan partai yang dibentuk oleh Soekarno pada tahun 1927 yaitu PNI (Partai Nasional Indonesia). Hubungan ini dimulai ketika masa Orde Baru, Soeharto membuat kebijakan penggabungan lima partai, yaitu Partai Indonesia Kristen (Parkindo), PNI, Ikatan Pendukung Kemerdekaan Indonesia, Partai Katolik dan Murba pada tahun 1970. Untuk menjalankan kebijakannya, Soeharto mengundang kelima tokoh dari parpol tersebut. Akhirnya pada tanggal 10 Januari 1973, dideklarasikan penggabungan lima partai menjadi satu partai, yaitu Partai Demokrasi Indonesia (PDI) (Kusumaningsih 2018).

Awal pembentukan partai ini tidak berjalan lancar karena adanya konflik internal ditambah intervensi dari pemerintah saat itu. Kongres nasional yang harusnya dilaksanakan pada awal tahun terbentuknya, harus tertunda sampai tiga tahun lamanya. Akhirnya, kongres pertama dari PDI ini dapat dilaksanakan pada tahun 1976. Melalui kongres ini dipilihlah Ketua Umum DPP PDI pertama, yaitu Sanusi Hardjadinata (Kusumaningsih 2018).

Pelaksanaan Kongres PDI terus dilanjutkan sampai pada Kongres IV. Sementara itu dari dalam internal partai masih terus berkonflik dengan campur tangan pemerintah. Pergejolakan dalam partai mengakibatkan terjadinya

kerusuhan pada Kongres PDI IV di Medan pada tahun 1993. Meskipun rusuh, kongres tersebut menghasilkan struktur kepengurusan DPP PDI yang diketuai oleh Soejardi. Namun hasil kongres ini tidak diakui oleh semua warga PDI dan dianggap gagal. Kegagalan Kongres IV merupakan awal munculnya nama Megawati yang digadang-gadangkan sebagai Ketua Umum. Megawati yang merupakan putri dari Soekarno dianggap dapat mempersatukan dan menyelesaikan konflik internal PDI. Kemudian, pada Kongres Luar Biasa (KLB) yang dilaksanakan pada tahun Desember 1993, Megawati ditetapkan menjadi Ketua Umum DPP PDI (PDI Perjuangan 2015).

Terpilihnya Megawati, ternyata tidak menyelesaikan konflik internal partai. PDI masih terpecah-pecah menjadi beberapa kelompok dengan kepentingan masing-masing. Kelompok PDI Reshuffle yang dipimpin oleh Yusuf Merukh masih tetap menjalankan aktivitasnya meski tidak ada pengakuan dari pemerintah. Sementara kelompok Soejardi masih tetap turun ke daerah untuk mendapatkan dukungan pelaksanaan kongres. Di lain sisi, kelompok pendukung Megawati yang tidak terima dengan kondisi ini, mengadakan demo besar-besaran yang berujung kerusuhan pada tahun 1996 (PDI Perjuangan 2015).

Megawati dan pendukungnya semakin terpojok, karena pada tanggal 25 Juli 1996, Soeharto malah mengakui hasil Kongres IV Medan. Ratusan pendukung Megawati tidak terima dan kemudian mengambil alih DPP PDI Pusat di Jakarta pada tanggal 27 Juli 1996. Dalam pengambil alihan ini menyebabkan banyak korban jiwa berjatuhan. Setelah peristiwa ini, Megawati dan para pendukungnya berpindah-pindah kantor dan tetap melaksanakan aktivitas politik

layaknya seperti parpol lainnya. Tetapi Megawati tidak mau ikut serta pada Pemilu 1997 dengan membawa nama PDI. Kelompok Soejardi yang mewakili PDI pada pemilu kali ini. Dukungan yang merosot tajam karena sebagian besar warga PDI lebih menginginkan Megawati, menyebabkan PDI harus puas dengan 11 kursi di DPR (Amelia 2014).

Turunnya Soeharto lewat peristiwa Reformasi menjadikan Megawati semakin kuat di PDI. Kepemimpinan Megawati di PDI dikokohkan melalui Kongres V PDI di Bali pada Oktober 1998. Megawati ditetapkan menjadi Ketua Umum PDI untuk periode lima tahun kedepannya. Namun, pemerintah kembali tidak mengakui Megawati dan lebih memilih hasil Kongres IV medan. Karena tidak diakui, pada tanggal 1 Februari 1999, Megawati melakukan perubahan pada nama PDI menjadi PDI Perjuangan yang diikuti sertakan dalam Pemilu 1999. Semenjak saat itu, PDI Perjuangan telah menjadi partai besar dan memenangkan Pemilu. Kepemimpinan Megawati masih menjadi pusat kekuatan partai hingga tahun 2020 ini (Kusumaningsih 2018).

2. Visi dan Misi

PDI Perjuangan memiliki visi untuk mencapai keadaan yang diinginkan partai di masa depan dan merupakan arah perjuangan partai. Berdasarkan Anggaran Dasar PDI Perjuangan, pasal 6, keadaan yang diinginkan partai adalah:

- 1) Tercapainya cita-cita proklamasi yang dimuat dalam Pembukaan UUD 1945.
- 2) Terbentuknya Masyarakat Pancasila yang adil, makmur dan demokratis di NKRI.

Adapun Misi PDI Perjuangan adalah hidup yang juga dijadikan sebagai dasar pemikiran terus berlangsungnya dan eksisnya PDI Perjuangan. Muatan hidup tersebut diatur dalam Anggaran Dasar Partai pada pasal 7, 8 dan 9, sebagai berikut:

- 1) Mengumpulkan aspirasi masyarakat dan menjadikannya sebagai dasar kebijakan partai.
- 2) Berjuang untuk menjadikan kebijakan partai sebagai kebijakan pemerintah.
- 3) Mengumpulkan, menggerakkan serta membangun masyarakat sebagai masyarakat pancasila.
- 4) Berjuang demi kepentingan rakyat dalam bidang sosial, ekonomi, demokratis dan budaya.
- 5) Memperjuangkan partai untuk memperoleh kekuatan politik sehingga terbentuknya pemerintah yang berdasarkan cita-cita proklamasi.
- 6) Ikut membangun serta membentuk karakter bangsa.
- 7) Ikut serta dalam meningkatkan kecerdasan rakyat sehingga rakyat dapat mengetahui kewajiban serta haknya sebagai warga negara.
- 8) Menjalin komunikasi politik dengan rakyat.
- 9) Pancasila sebagai pandangan hidup harus dilaksanakan, dipertahankan dan disebarluaskan.
- 10) Mendidik kader partai untuk dapat mengisi jabatan di pemerintahan atau di ruang publik dengan tidak membedakan gender.

- 11) Sebagai pengawas dalam penyelenggaraan pemerintah dan memberikan pengaruh, sehingga pemerintahan yang berwibawa dan bersih dapat diwujudkan.

3. Struktur Pimpinan dan Kepengurusan PDI Perjuangan

Menurut pasal 26 Anggaran Dasar Partai PDI Perjuangan, struktur kepengurusan partai secara berjenjang dari pusat sampai ke bawah adalah sebagai berikut:

- 1) DPP atau Dewan Pimpinan Pusat Partai tingkat nasional,
- 2) DPD atau Dewan Pimpinan Daerah Partai tingkat provinsi,
- 3) DPC atau Dewan Pimpinan Cabang Partai tingkat kota atau kabupaten,
- 4) DPLN atau Dewan Perwakilan Luar Negeri,
- 5) PAC atau Pengurus Anak Cabang Partai tingkat kecamatan,
- 6) PPLN atau Pengurus Perwakilan Luar Negeri di provinsi atau negara bagian di luar negeri,
- 7) Ranting, yaitu pengurus pada tingkat kelurahan,
- 8) Anak ranting, yaitu pengurus pada tingkat RW/dusun.

4. Struktur Kepengurusan DPC PDI Perjuangan Kota Pekanbaru

Berdasarkan Surat Keputusan Dewan Pimpinan Pusat PDI Perjuangan dengan Nomor 17.04-C/KPTS-DPC/DPP/VI/2017 tentang penyesuaian Struktur DPC PDI Perjuangan kota Pekanbaru dengan masa bakti 2015-2020 adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1. Struktur Kepengurusan
DPC PDI Perjuangan Kota Pekanbaru Periode 2015-2020**

No	Jabatan	Nama
1	Ketua	Robin P. Hutagalung, S. H.
2	Wakil Ketua Bidang Kehormatan Partai	Dapot Sinaga, S. E.
3	Wakil Ketua Bidang Kaderisasi dan Ideologi	Moh. Zaeni
4	Wakil Ketua Bidang Organisasi	Aktavianus Lara Ginting
5	Wakil Ketua Bidang Pemenangan Pemilu	Said Mahdi
6	Wakil Ketua Bidang Komunikasi Politik	Ir. Hotman Sitompul
7	Wakil Ketua Bidang Politik, Hukum dan Keamanan	Abubakar Siddik, S. H., M. H.
8	Wakil Ketua Bidang Maritim	Olgharia D. S. Simbolon, S. H.
9	Wakil Ketua Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan	Arifin
10	Wakil Ketua Bidang Ekonomi	Reinhard I. B. Situmorang, S. E.
11	Wakil Ketua Bidang Buruh, Tani dan Nelayan	Gunung Siagian
12	Wakil Ketua Bidang Perempuan dan Anak	Hj. Agus Ariani
13	Wakil Ketua Bidang Pemuda, Olahraga dan Komunitas Seni Budaya	Ruslan Tarigan, S. Pd.
14	Wakil Ketua Bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	Sorta Napitupulu
15	Sekretaris	M. Dikky Suryo Prayogo, S. H.
16	Wakil Sekretaris Bidang Internal	Dra. Erliani
17	Wakil Sekretaris Bidang Eksternal	Cory Pratiwi, S. H.
18	Bendahara	Heri Pribasuki
19	Wakil Bendahara	Rita Hartati, S. Sos.

Sumber: SK Penyesuaian Struktur DPC PDI Perjuangan kota Pekanbaru tahun 2017

5. Pemilu Legislatif 2019 Tingkat Kota Pekanbaru

Pemilihan Umum Legislatif (Pileg) 2019 dilaksanakan serentak dengan Pemilihan Presiden pada tanggal 17 April 2019 di seluruh wilayah Indonesia, termasuk di kota Pekanbaru. Pileg 2019 di kota Pekanbaru diikuti oleh 16 partai politik, yaitu PKB, Gerindra, PDI Perjuangan, Golkar, Nasdem, Garuda, Berkarya, PKS, Perindo, PPP, PSI, PAN, Hanura, Demokrat, PBB dan PKPI. Banyak pemilih yang terdaftar pada Pileg 2019 kota Pekanbaru sebanyak 507.213

orang dari total jumlah penduduk Pekanbaru sebanyak 886.226 atau sekitar 57% dari jumlah total jumlah penduduk. Dari keseluruhan jumlah pemilih, hanya 79,99% yang menggunakan hak pilihnya (KPU, 2019). Berikut rincian jumlah pemilih pada Pileg 2019 di kota Pekanbaru berdasarkan kecamatannya:

Tabel 4.2 Jumlah Pemilih pada Pileg 2019 Kota Pekanbaru

No	Kecamatan	Jumlah TPS	Jumlah Pemilih		
			L	P	Total
	TOTAL	1.800	250.082	257.131	507.213
1	Bukit Raya	177	24.590	25.400	49.990
2	Lima Puluh	97	11.265	11.783	23.048
3	Marpoyan Damai	256	31.410	32.692	64.102
4	Payung Sekaki	181	23.275	24.026	47.301
5	Pekanbaru Kota	55	6.381	6.584	12.965
6	Rumbai	125	20.362	20.029	40.391
7	Rumbai Pesisir	153	22.750	22.895	45.645
8	Sail	47	5.940	6.550	12.490
9	Senapelan	89	9.967	10.652	20.619
10	Sukajadi	99	11.850	12.854	24.704
11	Tampan	286	43.250	44.260	87.510
12	Tenayan Raya	235	39.042	39.406	78.448

sumber: <https://infopemilu.kpu.go.id/pileg2019/dapil/view>

Banyak kursi legislatif yang diperebutkan oleh partai politik sebanyak 45 kursi. Adapun daerah pemilihan (dapil) di Pekanbaru dibagi atas 6 dapil, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.3 Dapil Pileg 2019 Kota Pekanbaru

No	Nama Dapil	Wilayah	Jumlah Kursi
1.	Dapil I	Pekanbaru Kota, Lima Puluh, Sukajadi	6
2.	Dapil II	Rumbai Pesisir, Rumbai	7
3.	Dapil III	Tenayan Raya, Sail	7
4.	Dapil IV	Marpoyan Damai, Bukit Raya	11
5.	Dapil V	Payung Sekaki, Senapelan	6
6.	Dapil VI	Tampan	8

Sumber: <https://infopemilu.kpu.go.id/pileg2019/dapil/view>

Hasil Pileg 2019 kota Pekanbaru diumumkan oleh KPU pada rapat pleno terbuka yang diadakan pada tanggal 10 Agustus 2019. Berikut jumlah perolehan kursi untuk masing-masing partai politik berdasarkan hasil rapat pleno KPU:

Tabel 4.4 Hasil Pileg 2019 kota Pekanbaru

No Urut	Nama Partai	Suara Sah	Jumlah Perolehan Kursi
1	Partai Kebangkitan Bangsa (PKB)	18.721	0
2	Gerakan Indonesia Raya (Gerindra)	68.230	7
3	Partai Demokrat Indonesia Perjuangan (PDI Perjuangan)	48.243	6
4	Golongan Karya (Golkar)	46.254	4
5	Nasional Demokrasi (Nasdem)	15.870	1
6	Gerakan Perubahan Indonesia (Garuda)	2.846	0
7	Beringin Karya (Bekarya_)	5.782	0
8	Partai Keadilan Sosial (PKS)	66.443	8
9	Persatuan Indonesia (Perindo_)	6.547	0
10	Parta Persatuan dan Pembangunan (PPP)	18.399	1
11	Partai Solidaritas Indonesia (PSI)	9.346	0
12	Partai Amanat Nasional (PAN)	52.969	6
13	Hati Nurani Rakyat	34.818	5
14	Demokrat	56.186	7
19	Partai Bulan Bintang	5.161	0
20	Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia	960	0

Sumber: <https://infopemilu.kpu.go.id/pileg2019/dapil/view>

6. Identitas Informan

Pada penelitian ini terdapat 6 orang informan yang diwawancari untuk mengetahui strategi komunikasi politik PDI Perjuangan pada Pileg 2019. Keenam orang ini terdiri dari 4 orang anggota DPD dan 2 warga. Berikut identitas informan penelitian ini:

- 1) Nama : Robin P. Hutagalung
- Tgl Lahir : 7 September 1961

Jabatan di DPC : Ketua DPC
 Lama berpartai : 24 tahun
 Pendidikan : Sarjana Hukum
 Jabatan di DPR : Anggota Badan Anggaran DPRD Provinsi Riau
 Periode 2019-2024

- 2) Nama : Dapot Sinaga
 Tempat/Tgl Lahir : Segaul, 08 Januari 1970
 Jabatan di DPC : Wakil Ketua Bidang Kehormatan
 Pendidikan : Sarjana Ekonomi
 Jabatan di DPR : Anggota Komisi IV DPRD kota Pekanbaru
 periode 2019-2024
 Dapil : Dapil II (Rumbai Pesisir)
- 3) Nama : Ruslan Tarigan
 Tempat/Tgl Lahir : Medan, 21 September 1976
 Jabatan di DPC : Wakil Ketua Bidang Pemuda, Olahraga & Komunitas
 Seni Budaya
 Pendidikan : S2 Hukum
 Jabatan di DPR : Sekretaris Komisi II DPRD Kota Pekanbaru periode
 periode 2019-2024
 Dapil : Dapil III (Tenayan Raya)
- 4) Nama : Said Mahdi
 Tempat/Tgl Lahir : Rumbai, 20 Desember 1962
 Jabatan di DPC : Wakil Ketua Bidang Pemenangan Pemilu
 Lama berpartai : 20 tahun
 Pendidikan : SMA
 Pekerjaan : Swasta
- 5) Nama : Edi Rambe
 Umur : 52 tahun
 Pendidikan : SMA
 Pekerjaan : Pedagang
 Warga : Rumbai Pesisir

- 6) Nama : Maidio Syahputra
Umur : 25 tahun
Pendidikan : SMA
Warga : Tenayan Raya

B. Hasil Penelitian

1. Strategi Komunikasi Politik PDI Perjuangan cabang Pekanbaru pada Pileg 2019

Strategi komunikasi politik yang dibuat oleh suatu partai politik untuk menghadapi Pemilihan Umum Legislatif (Pileg) merupakan suatu rencana yang disusun secara sistematis dan bertujuan untuk memperoleh suara rakyat. Besar kecilnya suara rakyat dapat mempengaruhi jumlah kursi yang diperoleh oleh suatu partai di lembaga legislatif, baik untuk tingkat daerah maupun nasional. Semakin banyak jumlah kursi yang diperoleh, maka strategi komunikasi politik yang telah dilaksanakan dianggap berhasil. Jika sebaliknya, maka diperlukan suatu langkah evaluasi dari pelaksanaan strategi yang telah dilakukan agar tujuan politik partai dapat tercapai di masa yang akan datang.

Sebagai peserta dalam Pileg 2019 tingkat kota, PDI Perjuangan kota Pekanbaru juga menggunakan suatu strategi untuk mempertahankan perolehan suara pada Pileg 2015 dan menambah jumlah kursi di DPRD kota Pekanbaru. Strategi komunikasi politik PDI Perjuangan yang berhubungan dengan kampanye politik dilakukan dalam beberapa tahapan seperti perencanaan strategi kampanye Gregory dalam (Venus, 2009: 145-158), yaitu

a. Analisis Masalah

Pada tahapan ini, PDI Perjuangan melakukan identifikasi masalah yang berhubungan dengan kampanye. Permasalahan diidentifikasi dengan berdasarkan kelebihan, kekurangan, ancaman dan peluang PDI Perjuangan kota Pekanbaru dalam menghadapi Pileg 2019. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang berhubungan dengan kampanye PDI Perjuangan pada Pileg 2019 kota Pekanbaru, yaitu

- 1) Kelebihan PDI Perjuangan sebagai partai penguasa saat itu.
- 2) Kekurangannya adalah Pekanbaru bukan merupakan daerah basis.
- 3) Ancaman berupa sentimen agama di mana sebelumnya PDI Perjuangan diisukan anti terhadap islam dan pro PKI.
- 4) Terdapat peluang karena adanya perbedaan cara pandang pemilih muda dan tua dalam menentukan pilihan wakil rakyatnya.

Hal ini seperti yang disampaikan oleh Said Mahdi,

“ Pada kampanye-kampanye sebelumnya, kami hanya menghadapi masalah kampanye di daerah non basis dan meyakinkan pemilih tua ataupun muda untuk memilih caleg kami. Namun pada tahun ini, ditambah dengan masalah sentimen agama. Kami diisukan anti islam dan PKI.”

Untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi, pertama PDI Perjuangan melakukan pengumpulan data dan informasi mengenai sasaran kampanye politik baik secara nasional maupun daerah serta menentukan bakal calon yang akan dimajukan dalam Pemilu. Pengumpulan data dilakukan secara gotong royong dari pusat sampai ke pengurus daerah atau anak ranting, dengan

menggunakan instruksi dari Ketua Umum. Jadi, tidak ada kader yang bergerak tanpa instruksi dari pusat seperti yang disampaikan oleh Ketua DPC PDI Perjuangan Kota Pekanbaru, Robin P. Hutagalung:

“... PDI Perjuangan itu berasaskan gotong royong, serta setiap kader PDI Perjuangan langsung mengikuti intruksi dari Ketua Umum yang dibantu oleh pengurus-pengurus pusat.”

Pengurus pusat yang akan mengolah data dan membuat mekanisme serta Strategi Komunikasi Politik yang akan dilakukan oleh semua kader PDI Perjuangan, termasuk penjangkaran para caleg yang akan dimajukan dalam pileg. DPC PDI Perjuangan kota Pekanbaru juga melakukan hal yang diinstruksikan dari pusat, termasuk dalam pengumpulan data pada tahap awal perancangan strategi komunikasi politik PDI Perjuangan pada Pileg 2019.

Data yang dikumpulkan berupa peta data wilayah yang akan menjadi sasaran yang berisi jumlah pemilih dari tingkat RW sampai pusat, seperti yang disampaikan oleh Wakil Bidang Pemanangan Pemilu, Said Mahdi:

“...Pertama dibutuhkan peta data. Misalnya wilayah Rumbai, berapa jumlah RW, satu kelurahan, berapa jumlah pemilihnya. ”

Data yang dikumpulkan berupa data demografis, agama dan tingkah laku pemilih. Peta data tersebut akan digunakan untuk mengenal wilayah yang menjadi sasaran. Langkah ini dibutuhkan untuk menyusun strategi komunikasi politik. Dalam pengumpulan data, Ranting dan anak ranting merupakan bagian paling penting, seperti yang disampaikan oleh Said Mahdi:

“...Peta data digunakan untuk mengenal wilayah tertentu. Pemetaan data ini dilakukan oleh anak ranting. Kalau tidak ada anak ranting, susah untuk memperkenalkan partai kita.”

Tugas DPC partai untuk menggerakkan ranting dan anak ranting, termasuk untuk mengumpulkan data yang digunakan sebagai peta data. Begitu juga dengan DPC PDI Perjuangan kota Pekanbaru, yang menggerakkan PAC setiap kecamatan yang ada di Pekanbaru. Kemudian PAC, diawasi oleh DPC, akan menggerakkan ranting dan anak ranting sesuai dengan instruksi dari pusat dalam mengumpulkan data untuk keperluan kampanye.

Selain peta data, DPC berdasarkan intruksi dari pusat juga bertugas untuk mengumpulkan data mengenai calon legislatif (caleg) yang akan dimajukan. Calon yang akan ditetapkan sesuai dengan kriteria dari Pengurus Pusat dan mengutamakan kader partai sendiri, seperti yang disampaikan oleh Robin P. Hutagalung:

“Jika menginginkan untuk menjadi caleg PDI Perjuangan ada mekanismenya yang dibuat oleh DPP pusat dan dijadikan landasan bagi DPC untuk memilih caleg. Salah satu mekanisme tersebut adalah mengutamakan kader partai, karena kader partai inilah yang telah berjuang turun ke masyarakat dan mengurus partai. Namun jika suatu daerah kekurangan bacaleg, baru kita merekrut tokoh-tokoh atau publik figur yang ada di kawasan tersebut.”

Data mengenai caleg yang dikumpulkan berupa latar belakangnya, sifat profesional, intelektual dan kekuatan finansialnya. Jika caleg tersebut merupakan mantan pejabat dengan jabatan yang dapat menggerakkan massa, diutamakan, seperti yang disampaikan oleh Said Mahdi:

“Mencari kandidat yang akan dimajukan itu, harus melihat track record dari latar belakangnya nya, misalnya mantan lurah, camat, organisasi (LAM, PSPS). Jika mantan camat, kan bagus, berarti punya massa. Kemudian juga melihat kekuatan profesionalnya, intelektual dan finansialnya.”

Data kekuatan finansial dari caleg juga menjadi perhatian khusus untuk dikumpulkan. Meski secara umum partai tidak berbicara uang, tapi secara realistis setiap kampanye memerlukan uang untuk menggerakkan massa, ranting dan anak ranting, serta untuk menggunakan media kampanye, seperti iklan, brosur dan pamflet, seperti kata Said Mahdi:

“Aturan partai tidak ada bicara uang. Bisa dijalankan aturan tersebut asal ada dana yang masuk ke partai. Finansial ini yang dibutuhkan. Perang aja tanpa uang itu kan cuma cerita.”

Track record dan finansial caleg menjadi kriteria utama untuk dipilih. Latar belakang pendidikan tidak terlalu penting, yang penting sesuai dengan syarat dari KPU, yaitu minimal tamat SMA (Sekolah Menengah Atas), seperti yang disampaikan oleh Robin P. Hutagalung:

“Latar belakang pendidikan caleg tidak menjadi yang utama bagi PDI Perjuangan. Hanya saja KPU telah menetapkan pendidikan minimalnya adalah SMA. Siapapun dia dengan latar pendidikan apapun, mau sarjana, S2 dan lain sebagainya, tetap saja tidak menjadi prioritas dalam pemilihan caleg kami.”

b. Penyusunan Tujuan

Sesuai slogan kampanye PDI Perjuangan yang disampaikan Said Mahdi, “Perang dan Menang”, maka tujuan dari kampanye PDI Perjuangan adalah untuk menang, mulai dari tingkat daerah sampai tingkat nasional. Namun, PDI

Perjuangan harus bersifat realistis, karena tidak semua wilayah menjadi basis PDI Perjuangan. Daerah basis PDI Perjuangan merupakan daerah yang mayoritas mendukung PDI Perjuangan. Provinsi Riau, khususnya kota Pekanbaru, bukan merupakan daerah basis PDI Perjuangan. Oleh sebab itu, tujuan dari kampanye politik PDI Perjuangan adalah mendapatkan suara semaksimal mungkin sehingga mendapatkan kursi di DPR. Maksimal di sini maksudnya mempertahankan dan meningkatkan perolehan suara pada Pileg tahun 2014, yaitu sebanyak 5 kursi di DPRD Kota Pekanbaru, seperti yang disampaikan oleh Robin P. Hutagalung,

“Tujuan kampanye kami tahun ini adalah mendapatkan minimal 5 kursi di DPRD, seperti pada Pileg sebelumnya. Itu fokus utama kami, jika tidak bertambah, setidaknya tetap.”

Hal senada juga disampaikan oleh Said Mahdi:

“Pekanbaru, bukan basis utama PDI Perjuangan. Masih banyak partai yang mendapatkan lebih banyak kursi dari PDI Perjuangan, seperti Demokrat dan PKS. Mereka lebih populer dari kami. Namun di beberapa dapil, khususnya daerah basis kami, kami mendapatkan banyak suara dan berhasil mengantarkan wakil kami ke DPRD kota Pekanbaru. Tujuan kami di sini, bukan untuk menjadi pemenang, tetapi bagaimana caranya memaksimalkan perolehan suara, terutama di daerah basis kami. Daerah basis kami di Pekanbaru ada di tiga dapil, yaitu Rumbai (dapil II), Sail dan Tenayan Raya (dapil III) dan Tampan (Dapil IV). Pada daerah basis, lain lagi strategi kami, begitu juga pada daerah non basis, lain lagi strateginya untuk menjaring suara”

c. Identifikasi dan Segmentasi sasaran

Untuk mencapai perolehan suara yang maksimal dan agar strategi komunikasi politik DPC PDI Perjuangan kota Pekanbaru sesuai dengan sasaran, dilakukan langkah untuk mengidentifikasi dan segmentasi sasaran. Sasaran dari

komunikasi politik PDI Perjuangan kota Pekanbaru adalah masyarakat kota Pekanbaru yang telah mempunyai hak pilihnya

Identifikasi dan segmentasi dari masyarakat yang menjadi sasaran politik DPC PDI Perjuangan dibuat berdasarkan demografis, agama dan tingkah laku. Berdasarkan Demografis, sasaran dapat dibedakan menurut jenis kelamin, umur, pendidikan, pendapatan, kelas sosial dan pekerjaan (Firmanzah, 2008: 161). Dalam hal ini DPC Perjuangan membedakan pemilih menurut umur mereka, yaitu pemilih muda atau yang tdikenal dengan milenial dan pemilih dewasa. Isu agama juga menjadi perhatian khusus PDI Perjuangan baik secara nasional maupun di daerah dalam perpolitikan pada beberapa tahun belakangan ini. Oleh sebab itu, DPC PDI Perjuangan juga melakukan segmentasi pemilih berdasarkan agama, terutama islam. Berikut pernyataan Said Mahdi mengenai pembagian atau segmentasi sasaran pemilih:

“Pemillih ini juga dibagi berdasarkan agama, misalnya pemilih Islam, Kristen, dll. Kemudian juga dibagi berdasarkan umur, yaitu pemilih pemula atau milenial dan orang tua atau dewasa.”

Selain segmentasi demografis, DPC PDI Perjuangan kota Pekanbaru juga melakukan segmentasi berdasarkan tingkah laku pemilihnya. Segmentasi tingkah laku artinya pengelompokkan masyarakat didasarkan pada intensitas dan keikutsertaan suatu masyarakat pada suatu isu politik, serta memiliki perhatian dan loyalitas terhadap politik. Dalam hal ini, DPC Perjuangan membedakan pemilih menurut loyalitas kelompok masyarakat kepada PDI Perjuangan. Suatu wilayah yang memiliki banyak loyalis atau pendukung suatu partai, disebut daerah basis dari partai tersebut. Sedangkan daerah yang tidak terdapat banyak pendukung,

disebut daerah non basis. DPC PDI Perjuangan lebih tepatnya melakukan segmentasi berdasarkan daerah basi dan non basis, seperti yang disampaikan oleh Said Mahdi:

“di daerah basis lain lagi strategi yang harus diterapkan. Begitu juga pada daerah non basis.”

d. Menentukan pesan

Pesan dalam komunikasi politik merupakan hal yang terpenting karena isi pesan dapat menentukan tujuan suatu partai politik dapat tercapai atau tidak. Bagi PDI Perjuangan, pesan komunikasi juga merupakan hal yang sangat diperhatikan. Oleh sebab itu, pesan komunikasi politik PDI Perjuangan langsung dirancang oleh Pengurus Pusat berdasarkan intruksi dari Ketua Umum Partai dan data-data yang telah dikumpulkan. DPC kota Pekanbaru sebagai pengurus daerah, hanya menyampaikan pesan yang telah dibuat oleh DPP PDI Perjuangan, seperti yang disampaikan oleh Robin P. Hutagalung:

“PDI Perjuangan langsung mengikuti intruksi yang diberikan oleh Ketua Umum yang dibantu oleh pengurus-pengurus pusat. Pengurus-pengurus inilah yang merancang pesan kampanye tersebut. DPC hanya mengikuti instruksi-instruksi tersebut. Jadi partailah yang merancang pesan kampanye.”

Pesan komunikasi politik PDI Perjuangan secara nasional memuat gagasan-gagasan yang berhubungan dengan kebijakan yang dikemas dalam bentuk program-program kemasyarakatan atau program-program yang dapat membantu masyarakat. Melalui program-program ini, diharapkan masyarakat akan tertarik dan memilih PDI Perjuangan sebagai wakil mereka baik di tingkat

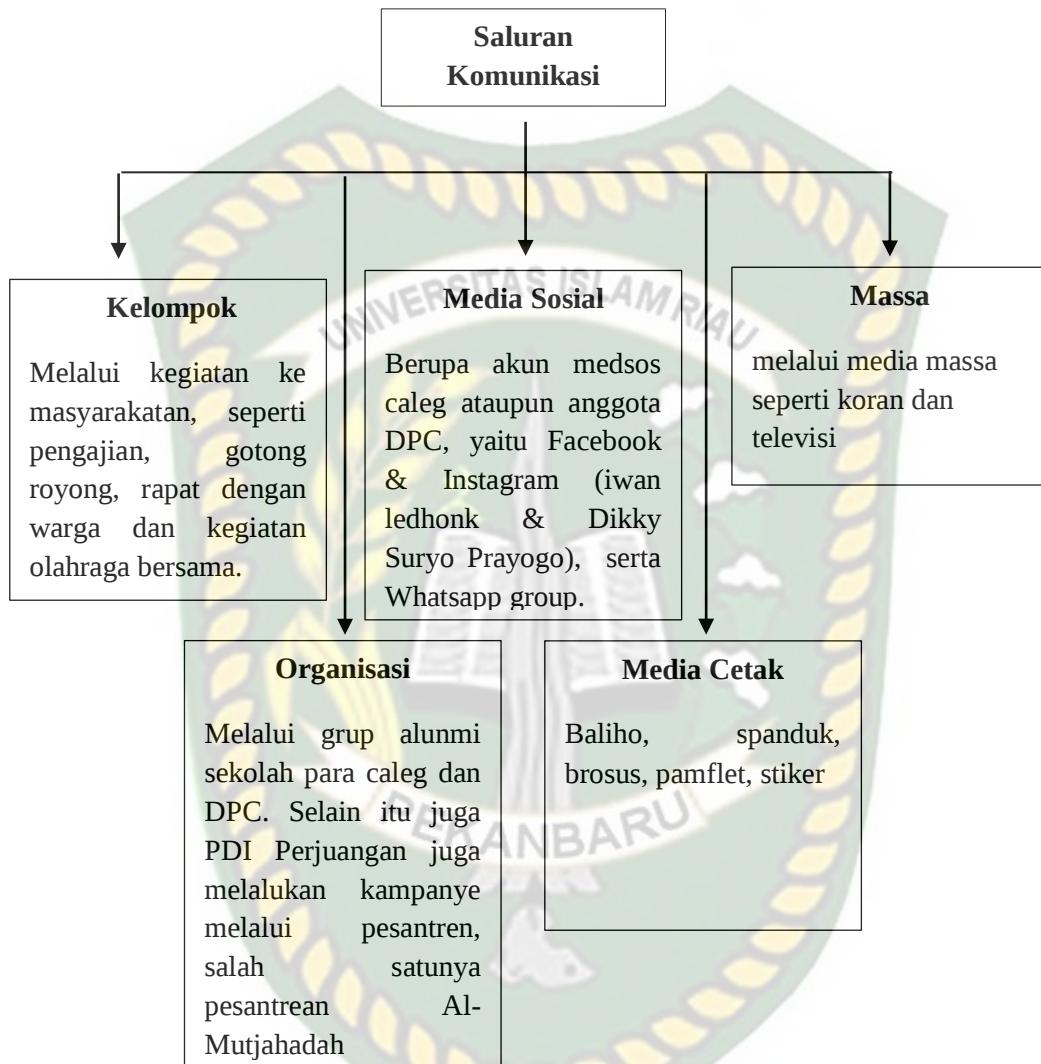
daerah ataupun nasional. Berikut pernyataan Robin P. Hutagalung mengenai pesan politik PDI Perjuangan secara nasional:

“Pesan kampanye atau komunikasi politik yang dilakukan oleh PDI perjuangan kalau dilihat secara nasional itu akan berkaitan dengan program-program yang dimiliki oleh PDI Perjuangan. Jadi program-program itulah yang disampaikan dalam setiap kampanye dimana program tersebut sudah dan akan dilaksanakan, serta dapat tersampaikan dan diketahui oleh masyarakat melalui pesan komunikasi. Jika sudah demikian, diharapkan masyarakat mau menjadikan kita sebagai wakil mereka”

Selain memuat program, pesan komunikasi PDI Perjuangan juga untuk menepis isu-isu yang menimpa PDI Perjuangan, yaitu anti Islam dan PKI, seperti yang disampaikan oleh Robin P. Hutagalung,

“Kita juga menyampaikan pada masyarakat bahwa kita bukan PKI dan anti islam, kita punya agama.”

Gambar 4.1
Saluran Komunikasi PDI Perjuangan di Kota Pekanbaru



Sumber: DPC PDI Perjuangan Kota Pekanbaru

Media atau saluran yang digunakan oleh DPC PDI Perjuangan kota Pekanbaru untuk menyampaikan pesan komunikasi politik berupa program terdiri dari beberapa saluran, yaitu saluran komunikasi kelompok, media sosial, massa, organisasi dan iklan. Komunikasi politik melalui kelompok dilakukan oleh PDI Perjuangan melalui pertemuan langsung dengan masyarakat dalam berbagai kegiatan, di antaranya acara pengajian, rapat RT dan kegiatan olahraga bersama.

Kemudian melalui media sosial, DPC PDI Perjuangan kota Pekanbaru memanfaatkan facebook, instagram dan whatsapp dalam menyampaikan program-program yang akan mereka laksanakan.

Saluran komunikasi massa PDI Perjuangan kota Pekanbaru dilakukan dengan bantuan media seperti koran (Riau Pos, Pekanbaru Pos). Selanjutnya DPC PDI Perjuangan bersama caleg juga memanfaatkan saluran komunikasi organisasi. Organisasi yang dijadikan saluran biasanya adalah organisasi almamater sekolah masing-masing caleg dan pengurus. Kader dan caleg PDI Perjuangan memanfaatkan almamater untuk menjaring massa dan memperkenalkan caleg beserta programnya. Selain almamater, PDI Perjuangan juga memanfaatkan pesantren sebagai saluran komunikasinya. Berdasarkan observasi peneliti, salah satu pesantren yang menjadi saluran komunikasi pada Pileg 2019 adalah Pesantren Al Mutjahadah. Terakhirnya, yang menjadi saluran komunikasi PDI Perjuangan adalah iklan seperti baliho, spanduk, pamflet, brosur dan stiker.

Pesan dalam komunikasi politik PDI Perjuangan lainnya adalah identitas partai atau caleg yang akan maju yang disampaikan melalui media massa baik media cetak seperti koran, baliho, atribut (kaos, tas, topi), spanduk, stiker dan media sosial. Pesan seperti ini digunakan untuk memperkenalkan caleg PDI Perjuangan kepada masyarakat. Pengenalan para calon PDI Perjuangan disampaikan dalam format pesan yang sama. Seperti pesan berupa program, format pesan kampanye berupa identitas partai atau caleg juga dirancang langsung oleh DPP PDI Perjuangan Pusat. Setiap DPC PDI Perjuangan, termasuk DPC PDI Perjuangan kota Pekanbaru, tinggal menggunakan format yang telah diberikan

dan mencetaknya. Namun jika caleg memiliki ide sendiri, caleg dapat membuat pesan kampanye berupa identitas, selama tidak bertentangan dengan aturan partai.

Berikut contoh format pesan kampanye PDI Perjuangan pada Pileg 2019:

Pesan berupa identitas yang disampaikan oleh PDI Perjuangan selalu menggunakan warna merah, warna identitas partai. Selain warna dan logo banteng, sosok Soekarno dan Megawati juga menghiasi pesan kampanye. Soekarno sebagai bapak pendiri bangsa dan perumus Pancasila dianggap sebagai magnet yang dapat menarik perhatian masyarakat. PDI Perjuangan selalu membawa nama Soekarno dan Pancasila dalam pesan kampanyenya, termasuk dalam pesan yang disampaikan oleh DPC PDI Perjuangan kota Pekanbaru.

Gambar 4.2
Format Pesan Kampanye Politik PDI Perjuangan



.Format pesan kampanye untuk baliho, spanduk, media cetak dan media sosial



Format pesan kampanye untuk atribut dan kalender

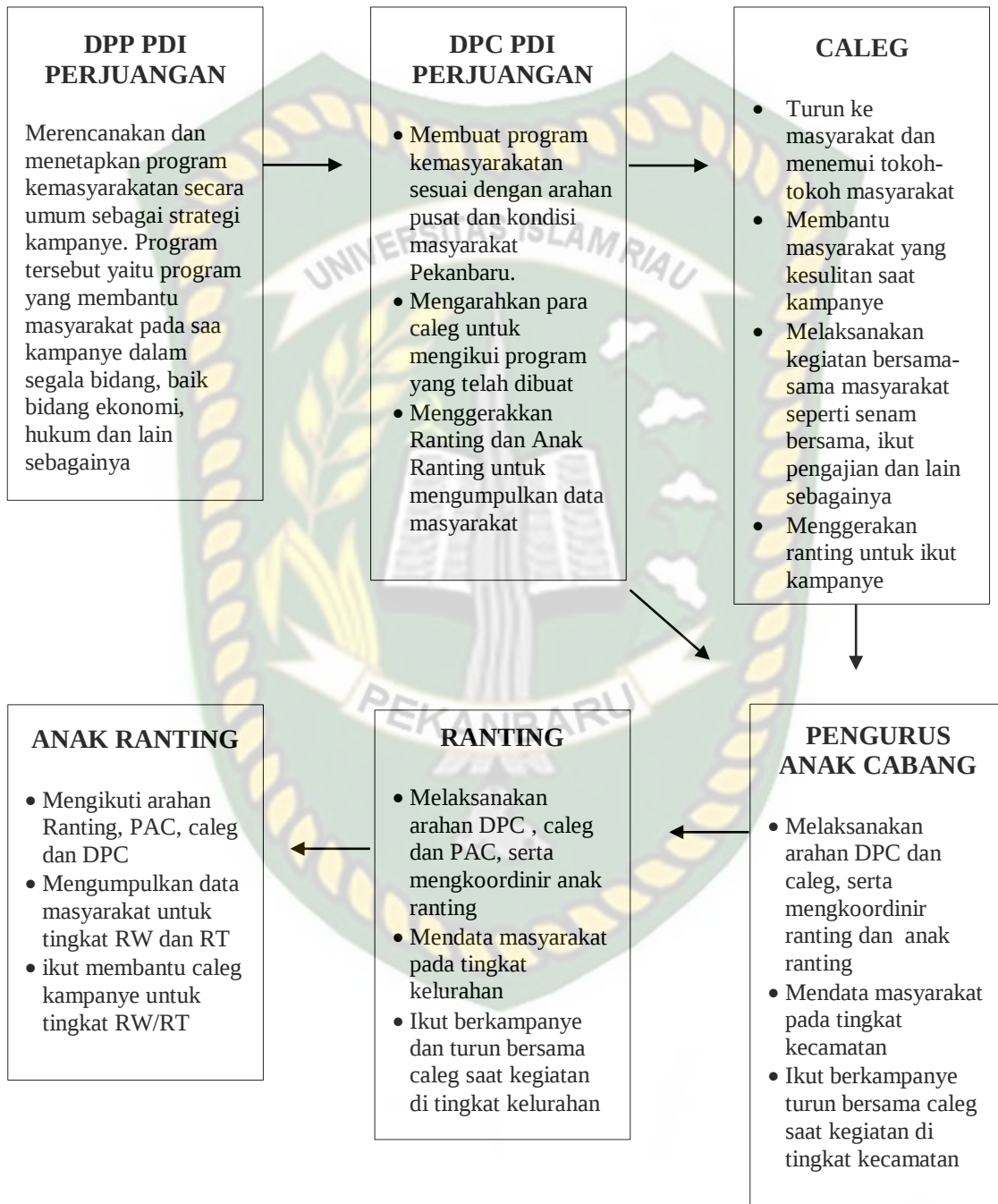


Format pesan kampanye stiker

e. Strategi dan Taktik

Strategi dan taktik PDI Perjuangan berupa upaya pendekatan dalam melakukan komunikasi politik yang dilakukan berdasarkan segmentasi sasaran. Secara umum untuk melakukan segmentasi, berikut pelaksanaan strategi kampanye PDI Perjuangan dari pusat sampai ke anak ranting:

Gambar 4.3
Gambaran Strategi Kampanye PDI Perjuangan di Kota Pekanbaru



Sumber: hasil wawancara

Kemudian berdasarkan segmentasi sasaran, strategi komunikasi politik PDI Perjuangan dapat dibagi menjadi tiga, yaitu:

- 1) Strategi komunikasi politik PDI Perjuangan kota Pekanbaru berdasarkan umur pemilih.

Segmentasi pemilih berdasarkan umur terbagi dua, yaitu pemilih muda dan orang tua. Pendekatan komunikasi untuk kalangan muda, tentu berbeda dengan orang tua. Strategi yang digunakan juga berbeda. Berikut strategi PDI Perjuangan berdasarkan umur pemilih:

Gambar 4.4
Strategi Kampanye PDI Perjuangan di Kota Pekanbaru berdasarkan Umur Pemilih pada Pileg 2019



Sumber: DPC PDI Perjuangan Kota Pekanbaru

Untuk kalangan muda atau dikenal dengan kalangan milenial, DPC PDI Perjuangan membuat beberapa strategi, diantaranya adalah

a) Memilih caleg dari kalangan milenial. Caleg milenial dianggap dapat mendekati dan menarik perhatian kalangan milenial pekanbaru. Adanya caleg milenial juga memberi kesan bahwa PDI Perjuangan mewakili kalangan anak muda. Salah satu caleg milenial yang digunakan untuk menarik perhatian masyarakat oleh PDI Perjuangan adalah Irwansyah yang saat ini menjabat sebagai Bendahara DPC PDI Perjuangan kota Pekanbaru periode 2020-2025.

b) Penggunaan media sosial dalam menyampaikan pesan kampanye. Kalangan muda saat ini lebih aktif di media sosial. Oleh sebab itu, penyampaian pesan melalui media sosial dianggap efektif dan menarik perhatian para kaum milenial. DPC PDI Perjuangan kota Pekanbaru mengarahkan para kader dan calegnya menggunakan akun media sosial pribadi untuk berkampanye, seperti yang disampaikan oleh Robin P. Hutagalung:

“Penggunaan media sosial sangat diperlukan dalam mengenalkan program-program partai kepada generasi muda. Kami arahkan para caleg terutama yang muda-muda dan kader untuk aktif di medsos. Kalau yang tua-tua kurang paham dengan teknologi.”

Namun kampanye di medsos PDI Perjuangan kota Pekanbaru, kurang menjangkau generasi muda, seperti yang disampaikan oleh Maidio Syahputra,

“kurang tau ya ternyata PDI di sini sudah ada akun sosmednya.”

c) Bertemu langsung dengan generasi muda dalam acara formal ataupun non formal. Bertemu dengan generasi muda secara formal melalui

undangan ke posko pemenangan atau DPC Perjuangan kota Pekanbaru. Di sana, generasi muda akan diperkenalkan dengan partai dan tata cara pemilu, bagi yang belum mengetahui. Undangan ini kadang ditujukan bagi anak sekolah yang sudah punya hak pilihnya. Meskipun formal, tetapi komunikasi dilakukan dengan santai. Supaya santai, komunikatornya adalah kader partai yang masih muda. Selain itu, PDI Perjuangan juga melakukan kampanye dalam kegiatan non formal yang disukai oleh kalangan milenial, seperti acara kumpul-kumpul. Generasi muda yang ditemui biasanya juga masih memiliki relasi dengan para kader dan caleg, yaitu satu almamater, teman kader milenial, seperti kata Dapot Sinaga:

“ya kita undang anak-anak sekolah, biasanya melalui caleg milenial. Karena anak muda lebih mudah didekati sama yang muda. Pemuda kenalan kita juga kita undang dan ajak minum kopi. Sambil cerita-cerita, kita kenalkan program-program kita.”

Hal tersebut dibenarkan oleh Maidio Syahputra, “caleg PDI dan pengurus yang muda duduk bareng kita saat masa kampanye dengan suasana santai dan saling ngobrol politik. Mereka juga bertanya kepada kami, anak muda maunya apa kalau dia terpilih.”

- d) Melakukan kegiatan pertandingan olahraga, seperti voli, futsal, tenis meja dan sepak takraw. Para pemuda sangat tertarik dengan kegiatan yang berhubungan dengan olahraga. Melalui kegiatan ini, PDI Perjuangan kota Pekanbaru mendekati para pemuda dan menyampaikan pesan komunikasi politiknya, seperti yang disampaikan Said Mahdi:

“Kita adakan kegiatan-kegiatan positif yang menarik minat kaum milenial. Kaum milenial ini kan sangat aktif, dengan mengadakan pertandingan olahraga, mereka akan ikut bergabung. Di sana nanti kita sampaikan pesan-pesan kampanye kita, baik secara langsung ataupun tidak.”

Hal tersebut juga dibenarkan oleh Maidio Syahputra,

“Memang ketika kampanye PDI di sini ada kegiatan olahraganya, macam-macam. Saya sendiri waktu itu ikut tanding voli, walaupun tidak menang, tapi cukup seru. Maunya jangan hanya pas kampanye saja diadakan.”

Untuk kalangan orang tua, DPC PDI Perjuangan kota Pekanbaru menggunakan strategi komunikasi politik yang berbeda, yaitu:

- a) Mendekati tokoh-tokoh masyarakat.

Pendekatan kepada tokoh masyarakat dilakukan PDI Perjuangan kota jauh-jauh hari sebelum masa kampanye. Tokoh masyarakat yang didekati mulai RT, RW, lurah, camat, pejabat dan tokoh agama yang dianggap berpengaruh pada masyarakat, seperti yang disampaikan Said Mahdi:

“Kalau ingin mengenal dekat suatu kelompok masyarakat, pertama dekati orang yang berpengaruh, misalnya ulama, lurah, RT dan lain sebagainya. Pendekatan ini sudah kita lakukan jauh-jauh hari, tidak hanya pas masa kampanye. Saat masa kampanye hanya untuk mengenalkan caleg kita saja.”

Tidak hanya untuk mendulang suara, pendekatan pada tokoh-tokoh masyarakat juga sebagai sarana penjangkaran caleg yang akan mewakili partai, bila kader kekurangan wakil. Selain untuk menjadi caleg, pendekatan juga dilakukan untuk menarik tokoh-tokoh masyarakat menjadi kader dan loyalis partai.

- b) Mengadakan kegiatan senam bersama

Kegiatan senam merupakan olahraga ringan yang sangat digemari oleh kalangan ibu-ibu. Terkadang kalangan bapak-bapak juga ikut antusias. Antusias warga kota Pekanbaru cukup tinggi dalam kegiatan senam bersama. Setiap kegiatan senam selalu dipadati oleh warga, karena warga Pekanbaru cukup peduli terhadap kesehatan. Melalui kegiatan senam bersama ini, PDI Perjuangan kota Pekanbaru mengumpulkan warga. Pada pertengahan acara, juru bicara kampanye ataupun caleg akan mulai menyampaikan pesan-pesan kampanye. Di akhir acara juga diberikan hadiah-hadiah kecil kepada masyarakat, seperti handuk, topi, baju kaos dan hadiah lainnya. Ada kalanya kegiatan senam juga dilakukan bersamaan dengan kegiatan pemeriksaan kesehatan gratis. Berikut pernyataan Said Mahdi:

“Untuk menarik perhatian ibu-ibu pas kampanye, kita lakukan kegiatan senam bersama. Tapi tidak hanya senam biasa terus pulang, kurang tertarik masyarakat. Ada juga yang tertarik, tapi tidak terlalu banyak. Maka kita adakan pembagian hadiah yang dapat semua, misalnya baju partai kita, topi, kalender dll. Selain hadiah kecil, kita beri juga kupon untuk mendapatkan hadiah yang cukup besar, seperti acara kemerdekaan. Kalau warga sudah berkumpul, baru kita kampanye. Kadang kita juga adakan pemeriksaan kesehatan gratis. Nah ibu-ibu dan bapak-bapak antusias dengan kegiatan ini. Mulai dari cek tensi, gula darah, dan lain-lain.”

Hal ini juga dibenarkan oleh Edi Rambe,

“pas mereka kampanye, memang diadakan kegiatan senam bersama tingkat RW. Selain senam, mereka juga kampanye dan bagi-bagi hadiah, jadi banyak juga yang ikut.”

c) Melakukan kegiatan sosial untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Untuk Menarik perhatian rakyat, PDI Perjuangan berusaha untuk mendekati masyarakat dengan cara memberikan bantuan sosial kepada

masyarakat yang membutuhkan, seperti yang disampaikan oleh Robin P. Hutagalung:

“Jika ingin mendapatkan suara atau rasa suka dari masyarakat, kita harus berbuat sesuatu ke masyarakat, tergantung apa yang dibutuhkan masyarakat tersebut. Misalnya ada daerah yang kekurangan air, maka caleg dan partai akan berusaha memenuhi kebutuhan air tersebut secara gotong royong sehingga masyarakat tersebut akan menganggap kami adalah pilihan yang tepat untuk menjadi wakil mereka.”

Ketika masa kampanye PDI Perjuangan kota Pekanbaru juga melakukan pembagian asemako sambil melakukan pendekatan kepada masyarakat. Pembagian sembako pada umumnya langsung dilakukan oleh caleg yang akan maju. Dana pembagian sembako biasanya berasal dari caleg itu sendiri. Oleh sebab itu, kriteria caleg PDI Perjuangan juga harus kuat kekuatan finansial.

Berikut pernyataan Said Mahdi:

“Cara lain untuk menarik minat masyarakat, agar mau berkumpul dan mendengarkan kampanye kita adalah dengan mengadakan pembagian sembako. Sembako kan harus bicara uang. Uangnya dari mana, ya dari si caleg atau dari dana bersama. Tapi pada umumnya dari si caleg sendiri.”

Hal ini dibenarkan oleh Edi Rambe,

“Ketika kampanye PDI Perjuangan juga ada bagi-bagi sembako untuk masyarakat. Isinya ada beras, minyak, indomie, dll.”

Pemenuhan kebutuhan ini tidak hanya dari sembako saja, tetapi juga melatih skill masyarakat untuk meningkatkan daya saingnya, seperti yang disampaikan oleh Ruslan Tarigan:

“kita bantu masyarakat pada hal yang paling utama, yaitu ekonomi. Misalnya bantu mereka bagaimana cara berdagang, bertani dan lain sebagainya tergantung dari profesi mereka.

Selain itu, masih menurut Ruslan Tarigan, PDI Perjuangan juga membantu masyarakat untuk memperoleh pekerjaan sesuai dengan keinginan masyarakat,

“pekerjaan itu harus sesuai dengan keinginan, begitu ketika ke masyarakat, kita arahkan mereka ke pekerjaan yang sesuai dengan keinginan mereka.”

- 2) Strategi komunikasi politik PDI Perjuangan kota Pekanbaru berdasarkan agama, khususnya islam.

Riau, khususnya Pekanbaru, merupakan daerah mayoritas penduduk beragama islam dan penduduknya dianggap cukup kuat berpegang teguh terhadap nilai-nilai agama. Citra anti islam, akan merugikan PDI Perjuangan di kota Pekanbaru. Namun selama masa kepemimpinan Jokowi, PDI Perjuangan diterpa isu anti islam dan PKI (Partai Komunis Indonesia). Oleh sebab itu, PDI Perjuangan baik secara nasional sampai ke daerah sangat memperhatikan masalah ini. Secara nasional strategi PDI Perjuangan untuk menarik perhatian umat islam adalah dengan memilih calon wakil presiden dari kalangan ulama, yaitu Ma'aruf Amin. Strategi ini dianggap dapat meredam isu anti islam dalam tubuh PDI Perjuangan. Di tingkat daerah seperti kota Pekanbaru, pencalonan wakil presiden dari kalangan ulama, juga menjadi pesan komunikasi politik PDI Perjuangan yang ditujukan bagi masyarakat islam. Selain Ma'aruf Amin, PDI Perjuangan juga menunjuk caleg-caleg dari kadernya yang juga merupakan kalangan agamis atau ulama, seperti yang disampaikan Said Mahdi:

“Terpilihnya pak Kyai Ma'aruf sebagai calon wakil presiden telah merubah cara pandang masyarakat terhadap PDI Perjuangan. Pak Kyai dari kalangan NU, yang memiliki banyak pendukung dan secara tidak langsung juga bermanfaat bagi kami yang di daerah untuk melawan isu anti islam. Sebenarnya selain pak kyai, caleg PDI Perjuangan juga ada

dari kalangan ulama, contohnya caleg Riau untuk DPR yaitu Rusli Ahmad, Ketua Pengurus NU Riau”

Strategi lain PDI Perjuangan untuk membangun citra positif di kalangan umat muslim Pekanbaru adalah dengan mendatangi kelompok-kelompok pengajian, pesantren dan ulama. Ketika mendatangi kelompok-kelompok pengajian ini, kader partai PDI Perjuangan memberikan sanggahan langsung mengenai isu anti islam, seperti yang disampaikan Robin P. Hutagalung:

“Kita mendatangi masyarakat secara langsung, terutama saat pengajian, ke pesantren atau bertemu tokoh agama. Kita jelaskan kalau kita bukan PKI dan anti islam. Komunis itu apa, kan yang tidak punya agama. Sementara kami para kader semuanya punya agama, menjalankan agama. Itu yang disampaikan ke masyarakat.”

Hal ini juga dibenarkan oleh Edi Rambe,

“calegnya ikut kampanye di acara pengajian. Mereka bilang mereka tidak anti islam dan bukan PKI, buktinya mereka juga punya agama, dan calegnya juga ada yang islam.”

Kemudian jika tidak bisa bertemu langsung, kader dan caleg PDI Perjuangan kota Pekanbaru menjalin komunikasi dengan para ulama dan tokoh agama melalui media telpon atau *whatsapp*.

- 3) Strategi komunikasi politik PDI Perjuangan kota Pekanbaru berdasarkan daerah basis dan non basis.

Strategi utama PDI Perjuangan di daerah basis adalah menggerakkan ranting dan anak ranting. Bagi PDI Perjuangan, mesin partai dianggap bergerak, jika anak ranting sudah bergerak, seperti yang disampaikan oleh Said Mahdi:

Struktur kepengurusan partai ini disusun dari pusat sampai ke RW. Pengurus RW ini yang disebut anak ranting. Ketika ingin berperang,

mesin partai dari pusat sampai ke anak ranting harus bergerak. Jika anak ranting tidak bergerak, maka jangan berharap untuk menang.”

Anak ranting bertugas untuk menjaring suara masyarakat di bawah. Setiap anak ranting diharuskan untuk mendapatkan 10-15 orang pemilih, seperti yang disampaikan oleh Said Mahdi:

“Kalau tidak ada anak ranting, susah untuk memperkenalkan partai kita. anak ranting harus dihidupan yang tugas nya menjaring suara masyarakat bawah. Satu anak ranting harus dapat menjaring 10 sampai 15 orang pemilih. Jika dikumpulkan secara nasional jumlah nya banyak.”

Untuk menggerakkan ranting dan anak ranting, DPC PDI Perjuangan kota Pekanbaru memberi mereka kegiatan dan atribut partai, seperti kata Said Mahdi:

“Tidak boleh anak ranting ini patah atau sekedar nama. Untuk itu setiap anak ranting diberi atribut dan kegiatan dalam masyarakat, serta memonitor perpolitikan tingkat kelurahan”

Setelah mesin partai bergerak, PDI Perjuangan kota Pekanbaru akan mengangkat isu propaganda yang bergantung pada kondisi suatu daerah, seperti yang disampaikan Said Mahdi:

“Lalu setelah dipastikan mesin partai bergerak, akan diangkat suatu isu berupa propaganda. Isu yang diangkat disesuaikan dengan keadaan masing-masing daerah. Isu digunakan untuk membuka jaringan serta mengambil suara lawan.”

Pada daerah non basis, PDI Perjuangan melakukan pendekatan yang hampir sama dengan pendekatan pada kalangan orang tua. Mulai dari mendekati tokoh masyarakat sampai melakukan kegiatan yang membantu masyarakat. Strategi utama di daerah non basis adalah menempatkan tokoh-tokoh yang menonjol untuk menjadi caleg. PDI Perjuangan akan menjaring caleg yang

memiliki citra positif, sehingga masyarakat akan tertarik untuk memilihnya, seperti yang di sampaikan Dapot Sinaga

“Kemudian untuk daerah-daerah lain yang bukan basis, akan ditempatkan tokoh-tokoh untuk ditonjolkan. Jadi tidak menutup kemungkinan, masyarakat memilih karena partainya dan tokoh yang diusung oleh PDI Perjuangan. Basis PDI P itu di Rumbai, Payung Sekaki dan Senapelan.”

Sehingga secara keseluruhan, strategi komunikasi politik yang dilaksanakan oleh PDI Perjuangan adalah dengan menggerakkan anak ranting, mendekati tokoh masyarakat dan agama, turun dan berkumpul dengan masyarakat, mendekati pemilih milenial, menyampaikan program-program yang dibutuhkan masyarakat, menepi isu bahwa PDI Perjuangan anti islam dan PKI serta melekatkan image bahwa PDI Perjuangan Soekarno.

f. Alokasi waktu dan sumber daya

Berdasarkan pihak yang penentu, alokasi waktu PDI Perjuangan kota Pekanbaru untuk melakukan komunikasi politik terbagi atas dua, yaitu pihak dalam dan luar. Pihak dalam adalah DPC PDI Perjuangan kota Pekanbaru. Alokasi waktu dari pihak DPC PDI Perjuangan Pekanbaru untuk menyampaikan pesan komunikasi politiknya dilakukan setiap waktu. Jauh-jauh hari sebelum kampanye, DPC PDI Perjuangan kota Pekanbaru sudah turun ke masyarakat, mendekati tokoh masyarakat dan turut serta membantu masyarakat. Meskipun kegiatan intens untuk mendekati masyarakat dilakukan ketika masa kampanye. Alokasi waktu berdasarkan pihak luar, yaitu dari KPU. KPU memperbolehkan masa kampanye mulai dari tanggal 23 September 2018 – 13 April 2019.

Kemudian sumber daya yang dialokasikan adalah sumber daya manusia (SDM), yaitu DPC, DPAC, ranting, ranting dan caleg. Selain SDM, sumber daya lainnya adalah kekuatan finansial. Kekuatan finansial yang dialokasikan tergantung pada kebutuhan kampanye partai. Semakin kuat kekuatan finansial, semakin baik. Hal ini karena dalam menggerakkan sumber daya manusia dibutuhkan kekuatan finansial yang baik.

g. Evaluasi

DPC PDI Perjuangan juga melakukan langkah evaluasi berdasarkan hasil pelaksanaan strategi komunikasi politi mereka pada Pileg 2019. Secara umum, PDI Perjuangan kota Pekanbaru berhasil mengantarkan 6 wakilnya ke kursi DPRD kota Pekanbaru. Namun di sisi lain, PDI Perjuangan kota Pekanbaru memiliki kekurangan, yaitu penggunaan media sosial. Banyak isu negatif yang beredar di media sosial tidak dapat dicounter oleh PDI Perjuangan kota Pekanbaru.

“Kekurangan PDI Perjuangan adalah di penggunaan media sosial. Kawan-kawan pengurus partai sangat kurang menguasai medsos, sehingga kita jarang muncul di medsos. Terbuktikan dari hasil pemilu 2019 kita ditekan dan di fitnah habis-habisan di medsos. Banyak fitnah dilakukan untuk menjatuhkan PDI Perjuangan. Namun kita tidak dapat membalas serangan di medsos ini, karena tidak ada program atau pengurus terstruktur dalam mengatasi hal ini. Meskipun kenyataannya kita tetap mendapatkan suara dan berhasil menambah kursi di tingkat kota Pekanbaru.”

PDI Perjuangan kota Pekanbaru juga tidak memiliki akun media sosial resmi saat masa kampanye Pileg 2019. Mereka hanya mengandalkan akun medsos pribadi. Hal ini menjadi perhatian khusus bagi DPC PDI Perjuangan kota Pekanbaru. Sebagai langkah evaluasi, DPC PDI Perjuangan kota Pekanbaru

secara resmi membuat akun medsos facebook dan instagram pada bulan Agustus 2019.

2. PDI Perjuangan pada Pileg 2019

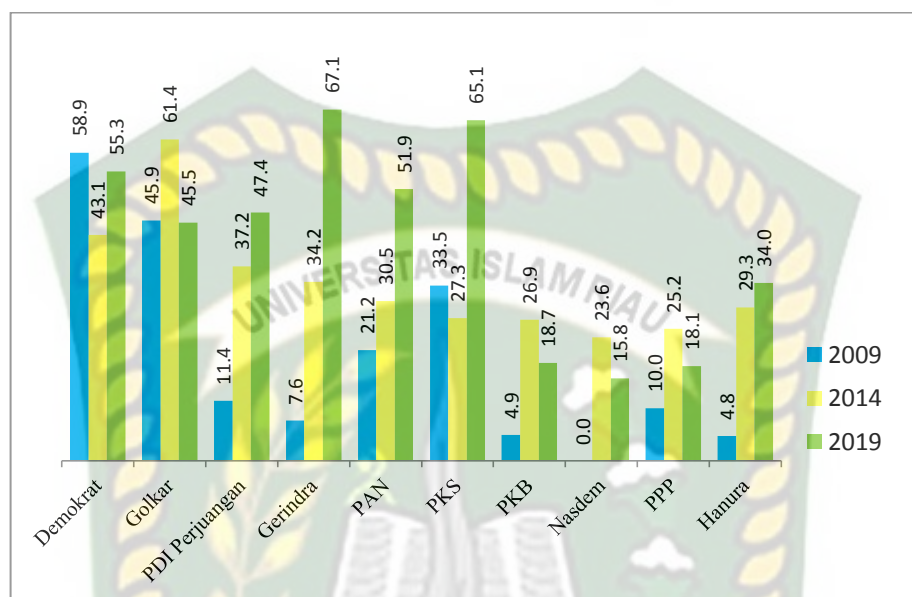
Pada Pilpres 2019 dan Pileg 2019, PDI Perjuangan berhasil keluar menjadi partai pemenang dengan mengantarkan Joko Widodo kembali menjabat sebagai Presiden Republik Indonesia. Meskipun PDI Perjuangan menang secara nasional, namun Provinsi Riau bukan merupakan lumbung suara terbesar bagi PDI Perjuangan. Berikut perolehan suara partai politik di Provinsi Riau:

Tabel 4.5.
Perolehan Suara Sepuluh Partai Besar Politik
pada Pileg Riau 2009-2019

No	Nama Partai	Perolehan Suara		
		2009	2014	2019
1	Demokrat	246.648	261.204	300.072
2	Golkar	437.474	544.986	455.112
3	PDI Perjuangan	139.690	374.487	370.969
4	Gerindra	57.422	260.074	354.849
5	PAN	121.481	266.730	321.617
6	PKS	126.934	190.003	340.211
7	PKB	68.873	216.842	214.752
8	Nasdem	-	113.854	148.385
9	PPP	108.377	187.201	158.159
10	Hanura	55.804	112.706	110.646

Sumber: KPU (www.kpu.go.id)

Gambar 4.5
Diagram Perolehan Suara Partai
Politik pada Pileg Riau 2009-2019 (dalam ribuan)



Sumber: KPU (<https://www.kpu.go.id>)

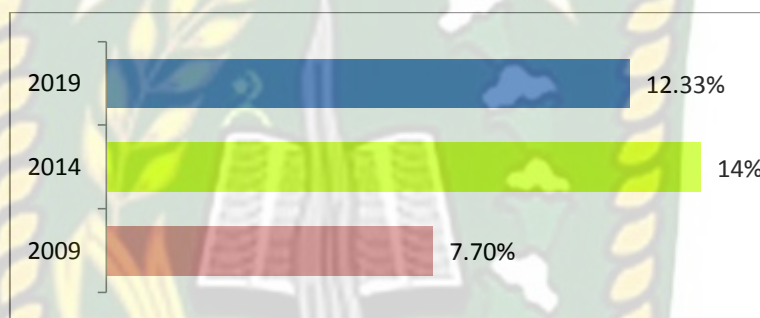
Berdasarkan Tabel 4.5 dan Gambar 4.2, dapat dilihat bahwa Golkar selalu mendominasi perolehan suara di Riau, diikuti oleh Demokrat, PDI Perjuangan, Gerindra dan PKS. Namun dari tahun 2009, Golkar mengalami penurunan suara sebesar 89,9 ribu suara (16,5%) pada Pileg Riau 2019. Padahal pada pemilu sebelumnya Golkar memperoleh kenaikan suara sebesar 107,5 ribu suara (24,5)%. Selain Golkar, PDI Perjuangan juga mengalami penurunan suara pada Pileg Riau 2019, sementara Demokrat selalu memperoleh kenaikan suara. Maka, dapat disimpulkan bahwa Riau merupakan salah satu lumbung suara bagi Partai Golkar. Sementara untuk PDI Perjuangan, meskipun tidak memenangkan suara di Riau, tetapi tetap memperoleh suara yang cukup banyak. Persentase perolehan suara PDI Perjuangan pada Pileg Riau dapat dilihat pada Tabel 4.6 dan Gambar 4.3.

Tabel 4.6
Perolehan Suara PDI Perjuangan
pada Pileg Riau 2009-2019

Tahun	Jumlah Suara	Persentase	Peringkat
2009	139.690	7,7 %	3
2014	374.487	14%	2
2019	370.969	12,33%	2

Sumber: KPU (<https://www.kpu.go.id>)

Gambar 4.6
Perbandingan Persentase Perolehan Suara
PDI Perjuangan pada Pileg Riau tahun 2009-2019



Sumber: KPU (<https://www.kpu.go.id>)

Berdasarkan Tabel 4.6 dan Gambar 4.3 dapat dilihat bahwa suara PDI Perjuangan naik turun. Pada Pileg Riau 2009, PDI Perjuangan hanya menduduki peringkat ketiga dengan selisih suara yang cukup besar dengan Golkar, yaitu sebesar 297,7 ribu suara (68%). Kemudian pada Pileg Riau 2014, PDI Perjuangan berhasil menaikkan perolehan suaranya secara signifikan sebesar 234,7 ribu suara atau naik 1,7 kali dari Pileg Riau 2009. Pada tahun ini memperoleh kursi di DPRD Riau sebanyak 9 kursi dari total 65 kursi. Kemudian pada Pileg 2019, terjadi sedikit penurunan suara sebesar sekitar 3,5 ribu suara (0,09%). Meskipun total suara sah secara keseluruhan yang diperoleh mengalami penurunan, namun PDI Perjuangan berhasil meningkatkan perolehan jumlah kursi di DPRD Riau

menjadi 10 kursi dan tetap mempertahankan peringkat perolehan suaranya di Riau.(KPU, 2019).

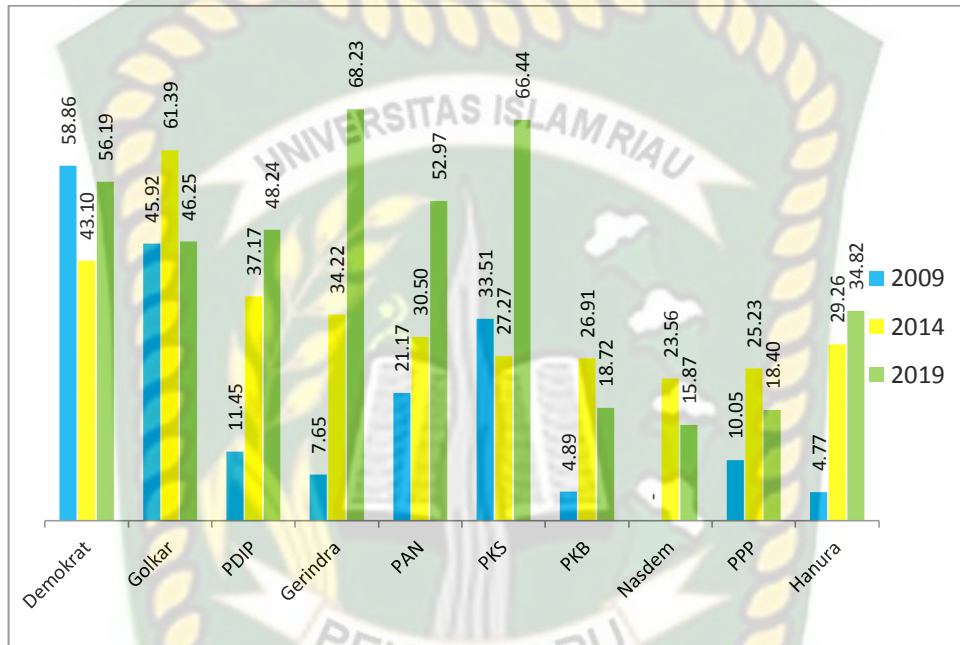
Kota Pekanbaru merupakan Dapil 1 untuk wilayah pemilu di Riau. Pada tingkat Kabupaten/Kota, total suara yang diperoleh oleh PDI Perjuangan mengalami kenaikan yang cukup besar pada Pileg Pekanbaru 2014 dan terus naik pada Pileg Pekanbaru 2019. Tidak hanya PDI Perjuangan yang mengalami fluktuasi suara, partai-partai lainnya juga mengalami hal yang sama. Perolehan suara setiap partai politik di Pileg Pekanbaru 2009-2019 dapat dilihat pada Tabel 4.7. dan Gambar 4.4,

Tabel 4.7
Perolehan Suara Sepuluh Partai Besar Politik
pada Pileg Pekanbaru 2009-2019

No	Nama Partai	Perolehan Suara		
		2009	2014	2019
1	Demokrat	58.863	43.097	56.186
2	Golkar	45.918	61.393	46.254
3	PDI Perjuangan	11.447	37.169	48.243
4	Gerindra	7.645	34.216	68.230
5	PAN	21.167	30.503	52.969
6	PKS	33.508	27.273	66.443
7	PKB	4.891	26.906	18.721
8	Nasdem	-	23.555	15.870
9	PPP	10.047	25.228	18.399
10	Hanura	4.766	29.260	34.818

Sumber: KPU (www.kpu.go.id)

Gambar 4.7
Diagram Perolehan Suara Partai
Politik pada Pileg Pekanbaru 2009-2019 (dalam ribuan)



Sumber: KPU (<https://www.kpu.go.id>)

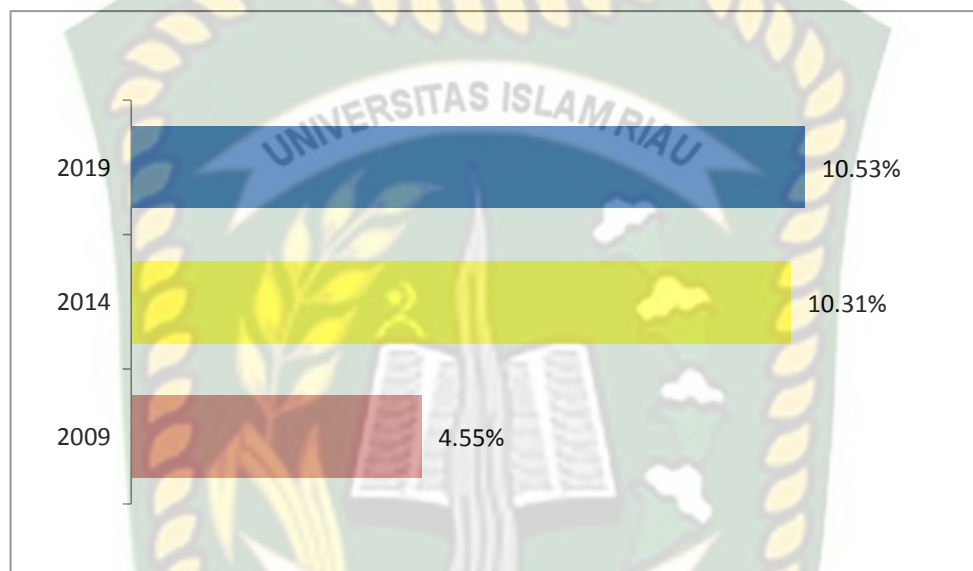
Sementara perolehan suara PDI Perjuangan dapat dilihat pada Tabel 4.8 dan Gambar 4.5.

Tabel 4.8
Perolehan Suara PDI Perjuangan pada Pileg Pekanbaru 2009-2019

Tahun	Jumlah Suara	Persentase	Peringkat
2009	11.447	4,55%	5
2014	37.169	10,31%	3
2019	48.243	10,53%	4

Sumber: KPU (<https://www.kpu.go.id>)

Gambar 4.8
Perbandingan Persentase Perolehan Suara
PDI Perjuangan pada Pileg Pekanbaru tahun 2009-2019



Sumber: KPU (<https://www.kpu.go.id>)

Berdasarkan Tabel 4.7 dan Gambar 4.4, dapat dilihat pada Pileg Pekanbaru 2009, Demokrat menjadi partai dengan perolehan suara terbanyak. Namun untuk tahun 2014, Golkar mendominasi perolehan suara dan Gerindra menjadi partai pemenang di Pileg Pekanbaru 2019., PDI Perjuangan harus cukup puas menjadi urutan ke 5 pada Pileg Pekanbaru 2009 dengan selisih perolehan suara dari Demokrat sebesar 47,42 ribu suara (80,55%). Pada Pileg 2014, PDI Perjuangan berhasil meningkatkan suaranya sebesar 25,72 ribu suara atau meningkat secara signifikan menjadi 2,25 kali perolehan suara pada Pileg 2009. Kemudian untuk tahun 2019, PDI Perjuangan terus meningkatkan perolehan suaranya sebesar 11

ribu suara (30,79%), meskipun secara peringkat PDI Perjuangan mengalami penurunan.

Untuk melihat lebih rinci, perolehan suara PDI Perjuangan dan seluruh partai peserta Pileg 2019 Kota Pekanbaru berdasarkan masing-masing dapil, berikut diberikan Tabel 4.9.

Tabel 4.9
Perolehan Suara Parpol di Pileg 2019 Kota Pekanbaru
Berdasarkan Dapil

No	Nama Partai	Dapil						Total
		I	II	III	IV	V	VI	
1	PKB	1.589	1.499	4.317	4.372	3.816	3.128	18.721
2	Gerindra	6.577	12.166	9.681	16.236	13.005	10.565	68.230
3	PDI Perjuangan	5.927	8.040	7.967	9.369	6.300	10.640	48.243
4	Golkar	5.711	10.639	8.360	10.882	6.632	4.030	46.254
5	Nasdem	3.371	1.200	1.973	6.335	1.710	1.281	15.870
6	Garuda	495	513	270	543	633	392	2.846
7	Berkarya	451	655	2.590	1.294	393	399	5.782
8	PKS	6.436	9.040	11.324	17.378	15.101	7.164	66.443
9	Perindo	386	939	1.536	1.550	958	1.178	6.547
10	PPP	1.815	3.591	2.293	4.834	2.930	2.936	18.399
11	PSI	1.569	1.757	1.400	1.243	1.257	2.120	9.346
12	PAN	6.941	8.279	10.975	10.514	10.841	5.419	52.969
13	Hanura	6.038	4.929	8.157	6.250	2.197	7.247	34.818
14	Demokrat	6.600	8.411	8.572	12.292	14.782	5.529	56.186
15	PBB	534	1.145	935	1.510	728	309	5.161
16	PKPI	19	74	199	417	128	123	960

Sumber: KPU (<https://www.kpu.go.id>)

Dari Tabel 4.9 dapat dilihat bahwa PDI Perjuangan unggul di Dapil IV (Tampan). PDI Perjuangan memperoleh peringkat pertama dalam jumlah perolehan suara di sana. Meskipun begitu, perolehan suara PDI Perjuangan hanya berbeda tipis, yaitu sebanyak 75 suara dengan Partai Gerindra. Pada Dapil I, PDI

Perjuangan harus puas berada pada peringkat ke enam dan pemenang di Dapil I adalah PAN. Pada Dapil II, PDI Perjuangan kembali berada pada urutan ke enam dan peringkat pertama dipegang oleh Gerindra. Pada Dapil III, PDI Perjuangan harus puas dengan ketujuh dan peringkat pertama dipegang oleh PKS. Pada Dapil IV, PDI Perjuangan berhasil memperoleh peringkat keenam dan peringkat pertama dikuasai oleh PKS. Kemudian pada Dapil V, PKS kembali menjadi partai dengan perolehan suara terbanyak dan PDI Perjuangan hanya memperoleh peringkat kelima. Jadi secara keseluruhan PDI Perjuangan di Pileg 2019 kota Pekanbaru hanya dapat menguasai satu dapil, yaitu Dapil I (Tampan) dan di dapil lainnya PDI Perjuangan hanya mendapatkan peringkat 5, 6 dan 7.

Adapun perolehan suara untuk masing-masing caleg PDI Perjuangan kota Pekanbaru pada setiap dapil dapat dilihat pada tabel-tabel berikut ini:

Tabel 4.10
Perolehan Caleg PDI Perjuangan di Pileg 2019 Kota Pekanbaru Dapil I

No	Nama	Suara	Peringkat Suara Sah
1.	Hery Pribasuki	1.133	2
2.	Jannes Simbolon	550	4
3.	Erlina Asni Tampubolon, S. E	950	3
4.	Victor Parulian	1.469	1
5.	Sugeng Gustono, S. H.	151	6
6.	Dra. Norma Herlina Panjaitan	288	5

Sumber: KPU (<https://www.kpu.go.id>)

Tabel 4.11
Perolehan Caleg PDI Perjuangan di Pileg 2019 Kota Pekanbaru Dapil II

No	Nama	Suara	Peringkat Suara Sah
1.	Dapot Sinaga, S. E.	4.217	1
2.	Said Mahdi	305	4
3.	Sorta Napitupulu	849	3
4.	H. Albert Sembiring, Sp	1.646	2
5.	Fajar Riski Nanda	96	6
6.	Jumerly Ariati, S.Pd	70	7
7.	Kander, Se	112	5

Sumber: KPU (<https://www.kpu.go.id>)

Tabel 4.12

Perolehan Caleg PDI Perjuangan di Pileg 2019 Kota Pekanbaru Dapil III

No	Nama	Suara	Peringkat Suara Sah
1.	Ruslan Tarigan S.Pd, M, H	2307	1
2.	Drs. H. Kusdani, M.Pd.I	525	5
3.	Misraida, S.Sos	121	6
4.	Gunung Siagian	941	3
5.	Irwansyah, S. H	1054	2
6.	Siska Maria Simanjuntak, Skm	776	4
7.	Wan Fina Kurniawati, S. E.	94	7

Sumber: KPU (<https://www.kpu.go.id>)

Tabel 4.13

Perolehan Caleg PDI Perjuangan di Pileg 2019 Kota Pekanbaru Dapil IV

No	Nama	Suara	Peringkat Suara Sah
1.	M. Dikky Suryo Prayogo, S. H	737	5
2.	Rudi Ekmal	214	8
3.	Marheylin, Sh	1.172	3
4.	Ir. H. Suyatno	720	6
5.	Heri Kawi Hutasoit	2.100	1
6.	Sorta Siregar	1.046	4
7.	Mujiono Susilo	197	9
8.	Chandra R. Bakara	346	7
9.	Nory Diandama Julis, S.Ip	152	10
10.	Rita Erlina	148	11
11.	Tekad Indra Pradana Abidin, S.T, M.Eng	1.211	2

Sumber: KPU (<https://www.kpu.go.id>)

Tabel 4.14

Perolehan Caleg PDI Perjuangan di Pileg 2019 Kota Pekanbaru Dapil V

No	Nama	Suara	Peringkat Suara Sah
1.	Jhon Romi Sinaga, S. E	1.612	2
2.	Muhammad Satibi	168	7
3.	Purnama Sari, S. E	482	5
4.	Sucipto	706	3
5.	Davit Marihot Silaban, M.Si	1.809	1
6.	Roulyati Bakara	169	6
7.	Holden Siagian	630	4
8.	Desi, S. E	69	8

Sumber: KPU (<https://www.kpu.go.id>)

Tabel 4.15
Perolehan Caleg PDI Perjuangan di Pileg 2019 Kota Pekanbaru Dapil VI

No	Nama	Suara	Peringkat Suara Sah
1.	Henra Marpaung, S. H	2.412	2
2.	Robin Eduar, Se., M. H	2.520	1
3.	Kartini Ruth Tampubolon, A.Md	1.303	4
4.	Roganda	528	5
5.	Dolok Sukarta Parlindungan H, Sh	1.660	3
6.	Debby Bellani	123	6

Sumber: KPU (<https://www.kpu.go.id>)

Meskipun hanya unggul di satu dapil, PDI Perjuangan berhasil mengantarkan satu caleg untuk masing-masing Dapil. Caleg-caleg yang berhasil maju ke DPRD kota Pekanbaru dari PDI Perjuangan, dapat dilihat pada Tabel 4.10 sebagai berikut:

Tabel 4.16
Caleg PDI Perjuangan kota Pekanbaru yang Lolos Pileg 2019

No	Nama Dapil	Nama Caleg	Peringkat Suara
1.	Dapil I	Victor Parulian	5
2.	Dapil II	Dapot Sinaga	2
3.	Dapil III	Ruslan Tarigan S.Pd,	7
4.	Dapil IV	Heri Kawi Hutasoit	7
5.	Dapil V	Davit Marihot Silaban,	6
6.	Dapil VI	Robin Eduard	8

Sumber: KPU (<https://www.kpu.go.id>)

Adanya wakil PDI Perjuangan pada setiap dapil kota Pekanbaru, dapat diartikan bahwa strategi komunikasi politik PDI Perjuangan berhasil. Pendekatan yang dilakukan oleh PDI Perjuangan kepada masyarakat, berdasarkan data KPU, membawa hasil yang cukup baik, padahal sebelumnya PDI Perjuangan diprediksi tumbang di Riau, khususnya Pekanbaru. Tetapi walaupun begitu, *isu money*

politic dan kecurangan juga mewarnai Pemilu 2019. Menurut Said Mahdi, *money politic* memang ada.

“...ada yang namanya *money politics*, dimana memberikan uang kepada KPU, Bawaslu, rakyat. Cuma dikasih Rp100rb rakyat, untuk lima tahun. pembodohan masyarakat namanya.”

Said Mahdi juga menyatakan bahwa sebagai Wakil Ketua Bidang Pemenangan Pemilu PDI Perjuangan kota Pekanbaru, bahwa ada caleg yang bermain dengan uang untuk membeli suara.

“...tapi kenyataannya ada orang yang punya duit, akhirnya beli suara.”

Namun hanya sampai di sana pernyataannya, siapa yang membeli suara masih tidak dapat diketahui secara pasti, caleg PDI Perjuangan atau tidak. Terlepas dari itu, strategi komunikasi PDI Perjuangan dianggap berhasil di kota Pekanbaru. Tujuan mereka untuk memaksimalkan perolehan suara tercapai, walau ada hambatan yaitu Pekanbaru bukan daerah basis PDI Perjuangan serta adanya isu anti islam dan PKI selama masa kampanye.

C. Pembahasan

Komunikasi politik berupa kampanye PDI Perjuangan kota Pekanbaru merupakan aktivitas komunikasi yang berdampak pada terpilihnya caleg dari PDI Perjuangan pada Pileg 2019 kota Pekanbaru. Berdasarkan pendapat Efriza & Indrawan (2018 : 19), dalam melakukan komunikasi politik, ada beberapa tujuan yang ingin dicapai oleh PDI Perjuangan, diantaranya adalah

- 1) untuk membangun citra politik dari caleg-calegnya
- 2) menyampaikan pesan serta informasi politik berupa program-program kemasyarakatan
- 3) mengatasi tuduhan lawan politik yang menyaakan bahwa PDI Perjuangan anti islam dan PKI
- 4) membentuk opini bahwa PDI Perjuangan adalah partai yang peduli pada rakyat kecil dan menarik simpati publik dengan memberikan apa yang dibutuhkan masyarakat, seperti sembako, lapangan pekerjaan dan dana bantuan ketika kampanye.

Sementara itu, unsur-unsur komunikasi politik PDI Perjuangan kota Pekanbaru, adalah

- 1) Komunikator Politik

Komunikator politik pada kampanye PDI Perjuangan adalah pengurus DPC, DPAC, ranting, anak ranting dan caleg

- 2) Pesan politik

pesan yang disampaikan dalam setiap kampanye PDI Perjuangan adalah program-program dan menepis isu yang menimpa PDI Perjuangan.

- 3) Media

Media yang digunakan adalah media kelompok yaitu partai, media publik yaitu melalui kegiatan yang mengumpulkan masyarakat, media cetak (baliho, spanduk, dan lain-lain) dan media sosial yaitu facebook dan instagram.

4) Komunikasikan

komunikasikan pada kampanye ini adalah masyarakat kota Pekanbaru yang memiliki hak pilih.

Agar komunikasi politik yang dilakukan dapat mencapai tujuannya, maka PDI Perjuangan menggunakan suatu strategi yang dirancang berdasarkan strategi kampanye Gregory, yaitu

1) Identifikasi masalah

Langkah ini merupakan langkah awal dari proses perencanaan strategi untuk mengetahui permasalahan yang akan menjadi dasar dari program kampanye PDI Perjuangan. Tujuannya agar setiap yang terlibat dalam kampanye, khususnya pengurus DPC kota Pekanbaru, memahami masalah yang akan dihadapi dan dapat membuat program yang efektif sehingga kampanye politik PDI Perjuangan dapat mencapai tujuannya di Pileg 2019. Dalam mengidentifikasi masalah, juga dilakukan analisis terhadap ancaman bagi kampanye PDI Perjuangan.

Analisis adalah langkah pertama dari proses perencanaan. Dalam menganalisis, PDI Perjuangan menentukan permasalahan berdasarkan faktor internal dan eksternal. Faktor internalnya adalah kelebihan dan kelemahan PDI Perjuangan. Kelebihannya adalah PDI Perjuangan secara nasional adalah partai pemenang Pemilu sebelumnya atau disebut juga partai penguasa. Namun di kota Pekanbaru, PDI Perjuangan memiliki kelemahan yaitu tidak mampu menjadikan Pekanbaru menjadi daerah basis. Kemudian faktor eksternalnya adalah ancaman dan peluang. Hal yang mengancam perolehan suara PDI Perjuangan adalah isu

negatif mengenai anti islam dan pro PKI. Sementara di sisi peluang, PDI Perjuangan masih bisa menarik suara dengan memperhatikan cara pandang pemilih tua dan muda dalam memilih wakil rakyatnya.

2) Tujuan

Menetapkan tujuan yang realistis merupakan kunci kesuksesan rencana dan kampanye politik. Dengan adanya tujuan maka ada alasan untuk setiap strategi yang diambil, adanya agenda untuk setiap kegiatan dan adanya tolak ukur untuk melakukan langkah evaluasi. Menurut Gregory, disebutkan ada tiga level tujuan dari kampanye, yaitu

a) Kesadaran (*awareness*)

Tujuannya membuat publik sasaran untuk berfikir tentang suatu hal dan mencoba untuk memperkenalkan suatu tingkat pemahaman tertentu. Tujuan ini disebut sebagai tujuan kognitif (pemikiran).

b) Opini (*opinion*)

Tujuannya membuat publik sasaran untuk membentuk suatu sikap atau opini tertentu tentang suatu subyek. Tujuan ini disebut sebagai tujuan afektif.

c) Perilaku (*behavior*)

Tujuannya membuat publik sasaran untuk bertindak sesuai dengan yang diinginkan. Tujuan ini disebut sebagai tujuan konatif.

Pada kampanye Pileg 2019 kota Pekanbaru, PDI Perjuangan memiliki tujuan yaitu perilaku, di mana PDI Perjuangan ingin para pemilih memilih wakil

rakyat dari partai PDI Perjuangan. Supaya realistis, PDI Perjuangan menetapkan minimal 5 caleg dapat menduduki kursi

3) Segmentasi Sasaran

Identifikasi dan segmentasi memiliki manfaat sebagai berikut (Firmanzah 2008):

- a) Untuk mengetahui tujuan dan kepentingan masyarakat dalam bidang politik.
- b) Sebagai bahan untuk meningkatkan kemampuan partai dalam menetapkan suatu isu atau program kerja pada daerah tertentu.
- c) Untuk mengembangkan komunikasi politik partai.
- d) Sebagai bahan analisis tingkat persaingan antar partai politik.
- e) Agar partai politik dapat membuat program yang komprehensif dan tepat sasaran yang berhubungan dengan *marketing* politik.

PDI Perjuangan membuat segmentasi sasaran menjadi 3, yaitu berdasarkan umur, agama dan daerah tempat tinggalnya. Berdasarkan umur, sasaran dibagi menjadi dua yaitu pemilih muda dan orang tua. Berdasarkan agama dibagi menjadi islam dan non islam. Sementara berdasarkan daerah dibagi menjadi daerah non basis dan basis. Pembagian berdasarkan umur untuk mengetahui pandangan pemilih tua dan muda terhadap politik sehingga PDI Perjuangan dapat membuat program-program kemasyarakatan yang tepat sasaran sehingga dapat meningkatkan perolehan suara. Sementara segmentasi berdasarkan agama dilakukan untuk mengetahui pengaruh isu PDI Perjuangan anti islam terhadap keputusan sasaran dalam memilih caleg. Segmentasi berdasarkan daerah basis

dan non basis dilakukan untuk mengetahui program dan isu yang tepat untuk dikembangkan di daerah non basis.

4) Pesan

Pesan merupakan sarana untuk membawa sasaran mengikuti program-program yang dikomunikasikan. Pesan dalam kampanye politik secara umum bersifat persuasif untuk mengajak sasaran untuk menjatuhkan pilihannya kepada kandidat tertentu. Penyampaian pesan-pesan bisa dalam bentuk slogan ataupun ajakan, bujukan, gambar dan simbol-simbol. Pesan yang ditawarkan oleh partai politik ataupun caleg biasanya memuat gagasan-gagasan yang akan ditawarkan pada masyarakat. Gagasan tersebut berisikan persoalan kebijakan dalam pemerintahan (Efriza & Indrawan, 2018:192).

Ada empat langkah untuk menentukan pesan kampanye (Gregory, 2001:95), yaitu:

- a) menggunakan persepsi yang sudah ada. Hal ini didapat dari riset yang sudah dilakukan di awal.
- b) menjelaskan pergeseran yang dapat dilakukan terhadap persepsi tersebut.
- c) mengidentifikasi unsur-unsur persuasi.
- d) Langkah keempat adalah memastikan bahwa pesan tersebut dapat dipercaya

Pesan kampanye PDI Perjuangan ditentukan berdasarkan persepsi yang sudah ada, yaitu persepsi bahwa Ketua Umum PDI Perjuangan adalah anak

Sukarno dan isu negatif yang berkembang bahwa anti islam dan PKI. Dari kedua perpesi awal tadi PDI Perjuangan berusaha untuk melekatkan image Sukarno dalam setiap gambar-gambar kampanyenya Kemudian untuk menggeser isu anti Islam, PDI Perjuangan mengambil calon wakil presiden dan beberapa dari kalangan ulama. Pengangkatan ini sebagai simbol bahwa PDI Perjuangan dekat dengan islam.

Tidak lupa, dalam setiap kesempatan, PDI Perjuangan juga menyampaikan berulang-ulang bahwa mereka beragama dan bukan bagian dari PKI. Kemudian PDI Perjuangan juga menyampaikan pesan berupa gagasan-gagasan kebijakan yang dinyatakan dalam bentuk program-program yang menarik minat masyarakat. Program-program ini biasanya menyasar pada rakyat kecil, sehingga mengangkat isu masalah ekonomi dan kesejahteraan. Melalui program-program tersebut, PDI Perjuangan juga mengajak masyarakat untuk memilih kandidat dari partai mereka.

5) Strategi

Strategi yang dimaksud disini adalah strategi komunikasi apa yang dipakai oleh PDI Perjuangan dalam penyampaian pesan. Tahap strategi ini adalah pendekatan keseluruhan untuk suatu program atau kampanye. Strategi adalah faktor pengkoordinasi, prinsip yang menjadi penuntun, ide utama, dan pemikiran dibalik program taktis. Strategi ditentukan oleh masalah yang muncul dari identifikasi masalah terhadap informasi yang tersedia.

Dalam suatu program kampanye dibutuhkan teknik-teknik agar proses persuasi lewat penyampaian pesan (message) kepada khalayak dapat diterima

dengan baik dan efektif. Menurut Ruslan (2008: 71-74) ada beberapa skampanye yang biasa digunakan adalah sebagai berikut:

a) Partisipasi (*participating*)

Partisipasi, yaitu teknik yang mengikutsertakan (partisipasi) atau peran serta komunikasi atau audiensi yang memancing minat atau perhatian yang sama ke dalam suatu kegiatan kampanye dengan tujuan untuk menumbuhkan saling pengertian, menghargai, kerjasama, dan toleransi.

b) Asosiasi (*association*)

Asosiasi, yaitu menyajikan isi kampanye yang berkaitan dengan suatu peristiwa atau obyek yang tengah ramai dibicarakan agar dapat memancing perhatian masyarakat.

c) Teknik integrative (*integrative*)

Teknik ini bagaimana untuk menyatukan diri (komunikator) kepada khalayaknya secara komunikatif dengan mengucapkan kata-kata: “kita, kami, Anda sekalian atau untuk Anda”, dan sebagainya yang mengandung arti atau makna bahwa yang disampaikan pihak komunikator bukan untuk kepentingan dirinya atau perusahaannya, atau bukan untuk mengambil keuntungan sepihak, tetapi mengambil manfaat secara bersama, demi untuk kepentingan bersama.

d) Teknik ganjaran (*pay off technique*)

Teknik ganjaran bermaksud untuk mempengaruhi komunikan dengan suatu ganjaran (pay off) atau menjanjikan sesuatu dengan “iming-iming hadiah”, dan lain sebagainya dengan dua kemungkinan, yaitu benefit

(manfaat) atau ancaman. Bedanya, untuk yang manfaat adalah berupaya menumbuhkan kegairahan dan menitikberatkan emosional (emosional appeal) dan yang kedua, yaitu untuk membangkitkan rasa takut, ketegangan, atau kekhawatiran bila hal tersebut bisa terjadi di kemudian hari.

e) Teknik penataan patung es (*icing technique*)

Hal ini merupakan suatu upaya dalam menyampaikan pesan (message) suatu kampanye sedemikian rupa sehingga enak dilihat, didengar, dibaca, dirasakan, dan sebagainya. *Icing technique* merupakan to ice atau menata bloke es yang dibentuk sedemikian rupa dan dibuat menjadi menarik. Di dalam kampanye diperlukan suatu seni menata pesan dengan menggunakan “imbauan emosional”.

f) Memperoleh empati (*empathy*)

Suatu teknik berkampanye dalam menempatkan diri dalam posisi komunikan, ikut merasakan dan “peduli” situasi atau kondisi pihak komunikan.

g) Teknik koersi atau paksaan (*coercion technique*)

Dalam komunikasi melakukan kampanye lebih menekankan suatu “paksaan” yang dapat menimbulkan rasa ketakutan atau kekhawatiran bagi pihak komunikan yang tidak mau tunduk melalui suatu ancaman tertentu.

PDI Perjuangan menentukan strategi kampanye berdasarkan segmentasi sasaran, yaitu kampanye berdasarkan umur, agama dan daerah basis dan non basis. Berdasarkan umurnya, kampanye PDIP dibagi untuk orang tua dan anak

muda. Kemudian berdasarkan agama, PDI Perjuangan membuat kampanye khusus untuk umat islam, karena pada saat itu bergulirnya isu negatif bahwa PDI Perjuangan anti islam dan PKI. Berdasarkan daerah non basis, PDI Perjuangan juga membuat strategi khusus untuk menarik perhatian masyarakat.

Untuk pemilih muda, PDI Perjuangan menggunakan strategi pendekatan dengan memilih caleg milenial, kampanye media sosial, bertemu langsung dan membuat kegiatan pertandingan olahraga. Strategi untuk pemilih tua adalah dengan mendekati tokoh-tokoh masyarakat, senam bersama, kegiatan sosial. Strategi PDI Perjuangan untuk menepis isu anti islam adalah dengan memilih calon wakil presiden dari kalangan ulama, mendatangi pesantren, kelompok pengajian dan ulama. Kemudian pada daerah basis, PDI Perjuangan menggerakkan ranting dan anak ranting untuk menjaring suara. Sementara di daerah non basis, PDI Perjuangan menggunakan strategi yang sama pada orang tua.

Dilihat dari cara pendekatan terhadap sasaran kampanye, PDI Perjuangan menggunakan 4 teknik yaitu teknik partisipasi, asosiasi, ganjaran dan empati. Teknik partisipasi dilakukan oleh pengurus partai dan caleg dengan membuat kegiatan yang mengikutsertakan masyarakat, seperti senam bersama bagi orang tua, acara pertandingan olahraga bagi anak muda. Teknik asosiasi digunakan adalah dengan mengangkat isu calon wakil presiden adalah ulama berpengaruh dan dapat menepis isu bahwa PDI Perjuangan anti islam. Teknik ganjaran digunakan para caleg PDI Perjuangan ketika berkampanye, yaitu dengan menjanjikan bahwa ketika terpilih akan mewakili suara generasi muda, akan mempermudah masalah birokrasi, akan memperhatikan suara rakyat kecil dan

akan melaksanakan program-program yang pro rakyat. Teknik empati yaitu dengan menanyakan dan memenuhi kebutuhan masyarakat yang dilaksanakan sebagai kegiatan sosial.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh PDI Perjuangan pada Pileg kota Pekanbaru 2019 adalah sebagai berikut:

- a) Menggerakkan ranting dan anak ranting untuk menjaring suara di akar rumput.
- b) Menyampaikan program-program yang dibutuhkan rakyat sebagai pesan kampanye politik, seperti memudahkan akan mudah masalah birokrasi pengurusan surat-surat yang dibutuhkan oleh masyarakat.
- c) Turun dan berkumpul dengan masyarakat ketika masa kampanye serta memberikan bantuan kepada masyarakat seperti sembako.
- d) Mendekati tokoh-tokoh masyarakat dan agama secara langsung.
- e) Mendekati pemilih milenial melalui kegiatan olahraga dan aktivitas media sosial.
- f) Menepis isu negatif bahwa PDI Perjuangan anti islam dan PKI dengan cara mengikuti kegiatan-kegiatan keagamaan dan menyampaikan bahwa semua anggota PDI Perjuangan itu masih beragama serta melakukan ibadah.
- g) Menyampaikan pesan bahwa PDI Perjuangan adalah Soerkarnois melalui baliho yang bergambarkan foto Ir. Soerkarno

7) Alokasi waktu dan sumber daya

Alokasi waktu dalam kampanye dapat dilihat dari dua hal, yaitu tenggat waktu pada masa kampanye yang diberikan oleh Bawaslu dan sumber daya yang tepat, sehingga kampanye dapat diselesaikan. Waktu kampanye yang diberikan oleh bawaslu dapat dimanfaatkan oleh para caleg PDI Perjuangan untuk turun langsung dan berkomunikasi dengan masyarakat. Sementara sumber daya untuk program kampanye dapat dibagi menjadi 3, yaitu

a. Sumber daya manusia

Sumber daya manusia (SDM) yang digunakan dapat berupa tenaga internal partai atau menggunakan jasa profesional sebagai konsultan atau juru kampanye. Pada Pileg 2019, SDM yang digunakan oleh PDI Perjuangan kota Pekanbaru hanya tenaga internal partai dari pengurus DPC, DPAC, ranting, anak ranting dan caleg.

b. Biaya-biaya operasional

Ketika merinci biaya untuk kegiatan kampanye ada dua hal penting yang perlu diingat, yaitu efektif dan efisien. Untuk mendapatkan program yang efektif, teknik yang tepat perlu diseleksi. Teknik yang digunakan PDI Perjuangan seperti teknik empati membutuhkan biaya yang cukup besar. Biaya tersebut ditanggung oleh caleg. Oleh sebab itu kriteria caleg yang dipilih dari PDI Perjuangan harus memiliki kekuatan finansial yang baik atau didukung oleh orang-orang yang kekuatan finansialnya kuat. Selain itu, biaya yang dikeluarkan untuk menggerakkan ranting dan anak ranting serta untuk membeli atribut-atribut kampanye dan peralatan lainnya.

8) Evaluasi

Evaluasi adalah suatu proses untuk memantau dan menguji, serta merupakan analisis terhadap hasil akhir dari suatu kampanye atau program. (Gregory, 2001:139). Adapun jenis evaluasi menurut Kendall (1992, dalam Ngurah, 1999:72) diantaranya adalah

a. Goal achievement (pencapaian sasaran)

Dalam evaluasi ini yang diukur adalah sejauhmana tujuan-tujuan yang telah ditetapkan dalam program atau kampanye dapat tercapai. Tujuan kampanye PDI Perjuangan adalah untuk meloloskan minimal orang calon. Menurut hasil Pileg 2019, PDI Perjuangan berhasil mengantarkan 6 calegnya untuk duduk di kursi DPRD kota Pekanbaru. Berdasarkan pencapaian sasaran, kampanye PDI Perjuangan dianggap berhasil.

e. Organizational change (perubahan organisasi)

Evaluasi ini mencakup evaluasi terhadap organisasi / partaaai sebagai hasil kampanye. Dalam berbagai kasus, usaha-usaha kampanye yang dilakukan \untuk mempengaruhi sasaran tertentu sering sekali berpengaruh pada perubahan dalam partai. Pada era saat ini, kebanyakan orang lebih aktif di media sosial. Media sosial menjadi media yang paling berpengaruh pada masyarakat sehingga penggunaan media sosial untuk kampanye menjadi teknik yang efektif dalam mempengaruhi suara caleg. Namun, PDI Perjuangan kurang dalam memanfaatkan media sosial sebagai media kampanye. PDI Perjuangan lebih fokus untuk turun dan bertemu langsung.

Setelah Pileg selesai, PDI Perjuangan melakukan langkah evaluasi dan mulai fokus di kampanye media sosial. Sebagai langkah awal, DPC PDI Perjuangan membuat akun facebook dan instagram.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Strategi Komunikasi PDI Perjuangan untuk Pemilu 2019 di Pekanbaru mendekati Konsep Kampanye Gregory tahapannya : Analisis masalah, Penyusunan tujuan, Pesan, Strategi, Segmentasi sasaran, dan Alokasi sumber daya

Untuk menghadapi Pemilihan Legislatif (Pileg) 2019 kota Pekanbaru, PDI Perjuangan menggunakan beberapa strategi komunikasi politik sebagai berikut:

1. Menggerakkan ranting dan anak ranting untuk menjaring suara di akar rumput.
2. Menyampaikan program-program yang dibutuhkan rakyat sebagai pesan kampanye politik, seperti memudahkan akan mudah masalah birokrasi pengurusan surat-surat yang dibutuhkan oleh masyarakat.
3. Turun dan berkumpul dengan masyarakat ketika masa kampanye serta memberikan bantuan kepada masyarakat seperti sembako.
4. Mendekati tokoh-tokoh masyarakat dan agama secara langsung.
5. Mendekati pemilih milenial melalui kegiatan olahraga dan aktivitas media sosial.
6. Menepis isu negatif bahwa PDI Perjuangan anti islam dan PKI dengan cara mengikuti kegiatan-kegiatan keagamaan dan menyampaikan bahwa semua anggota PDI Perjuangan itu masih beragama serta melakukan ibadah.

7. Menyampaikan pesan bahwa PDI Perjuangan adalah Soerkarnois melalui baliho yang bergambarkan foto Ir. Soerkarno.

Hambatan PDI Perjuangan kota Pekanbaru dalam melaksanakan strategi komunikasi politiknya adalah penggunaan media sosial. Kader-kader PDI Perjuangan kurang mampu memanfaatkan medsos untuk melawan isu-isu negatif tentang partai. Hanya kader-kader muda yang menggunakan medsos untuk berkampanye, namun masih kurang efektif. Sebagai langkah evaluasi, setelah Pileg 2019, PDI Perjuangan kota Pekanbaru membuat akun media sosial sendiri dan mulai aktif untuk menyampaikan program-programnya di media sosial.

Strategi komunikasi politik PDI Perjuangan dapat dianggap berhasil. Perolehan suara PDI Perjuangan meningkat sekitar 11 ribu suara dari Pileg sebelumnya. PDI Perjuangan juga berhasil mengantarkan 6 calegnya ke DPRD kota Pekanbaru sebagai wakil dari masing-masing dapil di Pekanbaru. Selain itu, PDI Perjuangan berhasil memenangkan suara di salah satu dapil, yaitu Dapil VI (Kecamatan Tampan).

B. Saran

Setelah melakukan penelitian ini, ada beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan kepada PDI Perjuangan kota Pekanbaru. Untuk memaksimalkan perolehan suara, saran peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk Melakukan kampanye yang kreatif di media sosial, karena media sosial adalah media yang paling efektif saat ini untuk

menyampaikan pesan, termasuk pesan komunikasi politik. Partai dapat merekrut tenaga muda yang ahli dalam bidang *design graphics* dan IT.

2. Lebih memperhatikan umat muslim, baik kebijakan dari pusat sampai ke bawah. Jika dilihat dari besarnya jumlah perolehan suara, PKS menjadi salah satu partai yang peningkatan suaranya paling signifikan. Hal ini menunjukkan mayoritas masyarakat kota Pekanbaru sangat menginginkan yang mewakili mereka adalah yang memiliki citra islam positif.
3. Sebaiknya PDI Perjuangan jangan pernah terlibat dalam *money politic*, meskipun hanya sekedar isu, tetapi harus tetap diwaspadai demi terwujud masyarakat Pancasila yang menjadi visi PDI Perjuangan sendiri.

Kemudian untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan untuk lebih merinci lagi pembahasan mengenai strategi komunikasi politik PDI Perjuangan kota Pekanbaru.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Anon. 2012. "Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2012 Tentang Pemilihan Umum." (2).
- Ardial. 2010. *Komunikasi Politik*. Jakarta: Indeks.
- Arifin, Anwar. 2011. *Komunikasi Politik : Filsafat, Paradigma, Teori, Tujuan, Strategi Dan Komunikasi Politik Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Asshiddiqie, Jimly. 2009. *Menuju Negara Hukum Yang Demokratis*. Jakarta: PT Bhuna Ilmu Populer.
- Budiardjo, Miriam. 2006. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Cangara, Hafied. 2011. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori Dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafield. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- CRS. 2019. *China ' s Economic Rise : History , Trends , Challenges , and Implications for the United States*.
- Cutlip, Scot M., Allen H. Center, and Glen M. Broom. 2011. *Effective Public Relations Professional Edisi Kesembilan*. Jakarta: Kencana.
- Effendy, Onong Uhcjana. 2002. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Efriza and Jerry Indrawan. 2018. *Komunikasi Politik: Pemahaman Secara Teoritis Dan Empiris*. Malang: Intrans Publishing.
- Firmanzah. 2008. *Marketing Politik: Antara Pemahaman Dan Realita*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Morissan. 2005. *Hukum Tata Negara Era Reformasi*. Jakarta: Ramdina Prakarsa.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Rosdakarya.
- Nimmo, Dan. 2005. , *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, Dan Media*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pamungkas, Sigit. 2011. *Partai Politik: Teori Dan Praktik Di Indonesia*.

Yogyakarta: Institute fo Democracy and Welfarism.

PDI Perjuangan. 2015. *Ketetapan Kongres IV PDI Perjuangan*.

Prajarto, Nunung. 2013. *Perbandingan Sistem Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.

Prihatmoko, Joko J. 2003. *Pemilihan Kepala Daerah Langsung*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Rabita. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif: Dasar-Dasar Wawancara*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Rahman, A. 2007. *Sistem Politik Indonesia*. Jakarta: Graha Ilmu.

Roudhonah. 2007. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: UIN Jakarta Press.

Sendjaja, Sasa Djuarsa. 2014. *Pengantar Ilmu Komnikasi*. In: *Komunikasi: Signifikansi, Konsep, Dan Sejarah*. Jakarta: Universitas Terbuka.

Siyoto, Sandu and M. Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

Soenarjodan Djoenarsih. 1983. *Komunikasi Persuasif dan Retorika*

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Elfabeta.

Suprpto, Tommy. 2009. *Pengantar Teori Dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo.

Surbakti, Ramlan. 2010. *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Grasindo.

Venus, Antar. 2009. *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosia.

Jurnal

Jaya, Wirawan, Hafied Cangara, and Hasrullah. 2015. "Keberhasilan Dan Kegagalan Strategi Komunikasi Kampanye Para Kandidat Dalam Perebutan Kursi Legislatif DPRD Kabupaten Barru Periode 2014-2019." *Jurnal Komunikasi KAREBA* 4(3):239–56.

Pattiasina, Harold Y. 2015. "Strategi Komunikasi Politik PDI Perjuangan Kabupaten Maluku Tengah Pada Pemilu 2014." *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik* 19(1):17–27.

Pujono, Widodo Muktiyo, and Sri Hastjarjo. 2015. "Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Partai Golkar Dalam Memenangkan Pemilihan Umum 2014 Di Kabupaten Sragen." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 13(3):Pendahuluan Dalam

sistem politik yang demokratis,.

Sitompul, Chudry. 2008. "Konflik Internal Partai Sebagai Salah Satu Penyebab Kompleksitas Sistem Multi Partai Di Indonesia." *Jurnal Legislasi Indonesia* 5(102–129). Retrieved October 16, 2019 (<http://ditjenpp.kemenkumham.go.id/htn-dan-puu/437-konflik-internal-partai-sebagai-salah-satu-penyebab-kompleksitas-sistem-multi-partai-di-indonesia.html>).

Amelia, Rizky. 2014. "Ini Penyebab Kemenangan PDIP Menurut Andi Nurpati." *Berita Satu*. Retrieved October 16, 2019 (<https://www.beritasatu.com/nasional/177559/ini-penyebab-kemenangan-pdip-menurut-andi-nurpati>).

Anon. 2012. "Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2012 Tentang Pemilihan Umum." (2).

Ardial. 2010. *Komunikasi Politik*. Jakarta: Indeks.

Arifin, Anwar. 2011. *Komunikasi Politik : Filsafat, Paradigma, Teori, Tujuan, Strategi Dan Komunikasi Politik Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Asam, Hermanto. 2019. "Luar Biasa, Diprediksi Kalah Di Riau PDIP Malah Naik Dan Nambah Satu Kursi." *Gatra.Com*. Retrieved August 16, 2019 (<https://www.gonews.co/berita/baca/2019/08/15/luar-biasa-diprediksi-kalah-di-riau-pdip-malah-naik-dan-nambah-satu-kursi>).

Asshiddiqie, Jimly. 2009. *Menuju Negara Hukum Yang Demokratis*. Jakarta: PT Bhuna Ilmu Populer.

Budiardjo, Miriam. 2006. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Cangara, Hafied. 2011. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori Dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Cutlip, Scot M., Allen H. Center, and Glen M. Broom. 2011. *Effective Public Relations Professional Edisi Kesembilan*. Jakarta: Kencana.
- Djojosoekarto, Agung and Utama Sandjaya(eds). 2008. *Transformasi Demokratis Partai Politik Di Indonesia*. Partnership for Governance Reform dan Strategic Transformation Institute.
- Effendy, Onong Uhcjana. 2002. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Efriza and Jerry Indrawan. 2018. *Komunikasi Politik: Pemahaman Secara Teoritis Dan Empiris*. Malang: Intrans Publishing.
- Firmanzah. 2008. *Marketing Politik: Antara Pemahaman Dan Realita*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Jaya, Wirawan, Hafied Cangara, and Hasrullah. 2015. "Keberhasilan Dan Kegagalan Strategi Komunikasi Kampanye Para Kandidat Dalam Perebutan Kursi Legislatif DPRD Kabupaten Barru Periode 2014-2019." *Jurnal Komunikasi KAREBA* 4(3):239–56.
- KPU. 2011. "Modul 1 Pemilu Untuk Pemula." 33–50. Retrieved (<http://kpu.go.id/index.php/pages/detail/2011/49/Buku-Modul>).
- KPU. 2014. *Sejarah Pemilihan Umum Republik Indonesia*. Jakarta.
- KPU. 2019a. "Hasil Hitung Suara Pemilu Legislatif DPRD Provinsi 2019." Retrieved September 1, 2018 (<https://pemilu2019.kpu.go.id/#/dprdprov/hitung-suara/>).
- KPU. 2019b. "Partai Politik Peserta Pemilu 2019." Retrieved August 1, 2019 (<https://infopemilu.kpu.go.id/pileg2019/verpol/skparpol>).

- Kusumaningsih, Asih. 2018. "Sejarah Partai PDIP (Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan)." Retrieved August 1, 2019 (<https://sejarahlengkap.com/organisasi/sejarah-partai-pdip>).
- Morissan. 2005. *Hukum Tata Negara Era Reformasi*. Jakarta: Ramdina Prakarsa.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Rosdakarya.
- Nimmo, Dan. 2005. , *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, Dan Media*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pamungkas, Sigit. 2011. *Partai Politik: Teori Dan Praktik Di Indonesia*. Yogyakarta: Institute fo Democracy and Welfarism.
- Pattiasina, Harold Y. 2015. "Strategi Komunikasi Politik PDI Perjuangan Kabupaten Maluku Tengah Pada Pemilu 2014." *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik* 19(1):17–27.
- PDI Perjuangan. 2015. *Ketetapan Kongres IV PDI Perjuangan*.
- Prajarto, Nunung. 2013. *Perbandingan Sistem Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Prihatmoko, Joko J. 2003. *Pemilihan Kepala Daerah Langsung*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Pujono, Widodo Muktiyo, and Sri Hastjarjo. 2015. "Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Partai Golkar Dalam Memenangkan Pemilihan Umum 2014 Di Kabupaten Sragen." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 13(3):Pendahuluan Dalam sistem politik yang demokratis,.
- Rabita. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif: Dasar-Dasar Wawancara*. Jakarta:

Gramedia Pustaka Utama.

Rahman, A. 2007. *Sistem Politik Indonesia*. Jakarta: Graha Ilmu.

Roudhonah. 2007. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: UIN Jakarta Press.

Sendjaja, Sasa Djuarsa. 2014. *Pengantar Ilmu Komnikasi*. In: *Komunikasi: Signifikansi, Konsep, Dan Sejarah*. Jakarta: Universitas Terbuka.

Sitompul, Chudry. 2008. "Konflik Internal Partai Sebagai Salah Satu Penyebab Kompleksitas Sistem Multi Partai Di Indonesia." *Jurnal Legislasi Indonesia* 5(102–129). Retrieved October 16, 2019 (<http://ditjenpp.kemenkumham.go.id/htn-dan-puu/437-konflik-internal-partai-sebagai-salah-satu-penyebab-kompleksitas-sistem-multi-partai-di-indonesia.html>).

Siyoto, Sandu and M. Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Elfabeta.

Suprpto, Tommy. 2009. *Pengantar Teori Dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo.

Surbakti, Ramlan. 2010. *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Grasindo.

Venus, Antar. 2009. *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis.

Watie, Errika Dwi Setya. 2016. "Komunikasi Dan Media Sosial (Communications and Social Media)." *Jurnal The Messenger* 3(2):69.

Internet

- Amelia, Rizky. 2014. "Ini Penyebab Kemenangan PDIP Menurut Andi Nurpati." *Berita Satu*. Retrieved October 16, 2019 (<https://www.beritasatu.com/nasional/177559/ini-penyebab-kemenangan-pdip-menurut-andi-nurpati>).
- Asam, Hermanto. 2019. "Luar Biasa, Diprediksi Kalah Di Riau PDIP Malah Naik Dan Nambah Satu Kursi." *Gatra.Com*. Retrieved August 16, 2019 (<https://www.gonews.co/berita/baca/2019/08/15/luar-biasa-diprediksi-kalah-di-riau-pdip-malah-naik-dan-nambah-satu-kursi>).
- KPU. 2011. "Modul 1 Pemilu Untuk Pemula." 33–50. Retrieved (<http://kpu.go.id/index.php/pages/detail/2011/49/Buku-Modul>).
- KPU. 2014. *Sejarah Pemilihan Umum Republik Indonesia*. Jakarta.
- KPU. 2019a. "Hasil Hitung Suara Pemilu Legislatif DPRD Provinsi 2019." Retrieved September 1, 2018 (<https://pemilu2019.kpu.go.id/#/dprdprov/hitung-suara/>).
- KPU. 2019b. "Partai Politik Peserta Pemilu 2019." Retrieved August 1, 2019 (<https://infopemilu.kpu.go.id/pileg2019/verpol/skparpol>).
- Kusumaningsih, Asih. 2018. "Sejarah Partai PDIP (Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan)." Retrieved August 1, 2019 (<https://sejarahlengkap.com/organisasi/sejarah-partai-pdip>).