

STRATEGI KOMUNIKASI PARTAI POLITIK PDIP SUMUT DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN PEMILIH PADA PEMILIHAN UMUM LEGISLATIF TAHUN 2024

Oleh:

Mansyur Situmorang¹⁾

Irene Silviani²⁾

Emmelia A Ginting³⁾

Universitas Darma Agung^{1,2,3)}

E-mail:

Mansyursitumorang1511@gmail.com¹⁾

irenesilviani@gmail.com²⁾

emilginting@yahoo.com³⁾

ABSTRACT

This study aims to determine the party's political communication strategy and the success factors of party political communication in the North Sumatra PDI-P DPD in building voter confidence in the 2024 legislative elections. Selection of informants using purposive sampling in which the sampling of data sources is based on certain considerations. There are three types of informants in this study, including: 1) key informants; 2) key informants; 3) supporting informants. The number of informants selected based on the determination of the type of informant is 4 (four) people. The findings in this study indicate that the North Sumatra PDI-P DPD mobilized all of its party cadres in any position to try to gain public trust in the PDI-P. The North Sumatra PDI-P DPD political communication strategy is explained in five forms, including: rhetoric in party external consolidation; political agitation through party bodies; political propaganda through the mass media and social media; political lobbying through aspirations and policies; and political action in building the image of the party. The conclusion of this study, the political communication strategies of the North Sumatra PDI-P DPD include: Party Internal Consolidation, Party External Consolidation, and Use of Mass Media and Social Media. The success factor of the PDI-P DPD political communication strategy lies in the three pillars of the party, including: Party Organizational Structure; Party Cadres in Legislative Institutions; and Party Cadres in the Executive Board.

Keywords: *Political Communication Strategy, PDI-P, 2024 Election, North Sumatra*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui strategi komunikasi politik partai dan faktor keberhasilan komunikasi politik partai di DPD PDI-P Sumatera Utara dalam membangun kepercayaan pemilih pada pemilihan umum legislatif tahun 2024. Pemilihan informan menggunakan purposive sampling dimana pengambilan sampel sumber data didasarkan pada pertimbangan tertentu. Ada tiga jenis informan dalam penelitian ini antara lain: 1) informan kunci; 2) informan utama; 3) informan pendukung. Jumlah informan yang dipilih berdasarkan penentuan jenis informan adalah 4 (empat) orang. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa DPD PDI-P Sumatera utara mengerahkan semua kader partainya di posisi mana pun untuk berupaya mendapatkan kepercayaan (trust) masyarakat terhadap PDI-P. Strategi komunikasi politik DPD PDI-P Sumatera utara dijelaskan dalam lima bentuk ,antara lain: retorika dalam konsolidasi eksternal partai; agitasi politik melalui badan-badan partai; propaganda politik melalui media massa dan media sosial; lobi politik melalui aspirasi dan kebijakan; dan tindakan politik dalam membangun citra partai. Kesimpulan penelitian ini, Strategi komunikasi politik DPD PDI-P Sumatera Utara antara lain: Konsolidasi Internal

Partai, Konsolidasi Eksternal Partai, serta Penggunaan Media Massa dan Media Sosial. Faktor keberhasilan strategi komunikasi politik DPD PDI-P terletak pada tiga pilar partai, antara lain: Struktur Organisasi Partai; Kader Partai di Lembaga Legislatif; dan Kader Partai di Lembaga Eksekutif.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Politik, PDI-P, Pemilu 2024, Sumatera Utara

1. PENDAHULUAN

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi strategi komunikasi partai politik dalam membangun kepercayaan pemilih pada pemilihan umum legislative tahun 2024. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada kebutuhan untuk memahami peran komunikasi partai politik dalam meraih kepercayaan pemilih. Kurang dari satu dekade terakhir, Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) selalu menduduki posisi pertama perolehan suara pada dua kali Pemilu Legislatif. Berdasarkan hasil rekapitulasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) pada Pemilu Legislatif tahun 2014, PDI-P memperoleh 23 juta total suara nasional atau 18 persen. Di Pemilu Legislatif Tahun 2019, peroleh suara PDI-P menjadi 27 juta secara nasional atau 19 persen (BPS, 2020). Perolehan suara PDI-P dalam Pemilu dipengaruhi sumbangan suara di daerah-daerah dengan basis massa pendukung yang besar.

Di tingkat provinsi seperti di Sumatera Utara, PDI-P pada pemilu 2019 menjadi pemenang dengan menyumbang suara 1,4 juta suara atau 20 persen dan menduduki 19 kursi di DPRD. Provinsi Sumatera Utara sendiri memiliki Daftar Pemilih Tetap (DPT) 9 juta orang dan merupakan provinsi dengan DPT tertinggi di Pulau Sumatera. Secara nasional Provinsi Sumatera Utara berada pada posisi keempat di bawah Provinsi Jawa Barat, Provinsi Jawa Timur, dan Provinsi Jawa Tengah yang merupakan daerah-daerah penentu dalam setiap pelaksanaan pemilu (databoks.katadata.co.id, 2022).

Keberhasilan PDI-P dalam Pemilu Legislatif tahun 2019 tidak lepas dari nama besar dan sejarah panjang-nya dalam

dunia politik, maka secara tidak langsung memberikan pengaruh kepada pemilih. Selain itu, citra Presiden Joko Widodo yang menjabat untuk periode 2014-2019 dan 2019-2024 dinilai merakyat oleh publik melalui penampilan, komunikasi, kebijakan dan mampu merepresentasikan PDI-P baik di pusat dan daerah.

Di lain sisi, para kader PDI-P berpengaruh di Sumatera Utara bekerja untuk mempromosikan diri melalui baliho-baliho, forum-forum diskusi publik, dan melakukan berbagai kegiatan di tingkat akar rumput (*grassroots*), sehingga mampu menghimpun mayoritas pemilih. Di Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Sumatera Utara, PDI-P sebagai partai pemenang Pemilu Legislatif tahun 2019 menempati posisi Ketua dalam Pimpinan Dewan yang diwakili oleh Drs. Baskami Ginting (dprd-sumutprov.go.id, 2023).

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- Mengetahui strategi komunikasi politik partai yang digunakan DPD PDI-P Sumatera Utara dalam membangun kepercayaan pemilih pada pemilu legislatif tahun 2024.
- Mengetahui faktor-faktor keberhasilan dalam strategi komunikasi politik partai di DPD PDI-P Sumatera Utara dalam membangun kepercayaan pemilih..

Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan kontribusi dalam bidang komunikasi politik dan ilmu komunikasi dengan mengungkapkan strategi komunikasi partai politik dalam membangun kepercayaan pemilih pada pemilihan umum legislative 2024.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Dalam penelitian ini, digunakan beberapa teori yang relevan untuk memahami strategi komunikasi partai politik dalam membangun kepercayaan pemilih pada pemilihan umum legislative tahun 2024. Tinjauan pustaka ini juga mencakup kajian dari peneliti terdahulu yang menggunakan teori-teori serupa sebagai dasar penelitiannya. Berikut adalah beberapa teori yang digunakan dalam penelitian ini:

Strategi komunikasi

Pengertian strategi komunikasi

Strategi komunikasi politik merupakan sebuah taktik yang begitu berperan dalam kemenangan pemilihan umum. Keberhasilan strategi komunikasi politik memberikan sebuah kontribusi yang besar dalam menggunakan dan merencanakan strategi pasangan kandidat atau partai politik untuk menyusun tidak hanya dalam menghadapi pemilu, namun juga pasca pemilu. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan tersebut. Strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, tetapi juga harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy, 2019:32).

BENTUK- BENTUK STRATEGI POLITIK

Semua bentuk komunikasi politik itu berkaitan dengan pembentukan citra dan opini publik yang positif. Hal itu dapat berkaitan dengan upaya memenangkan pemilu agar dapat meraih kekuasaan dan kedudukan politik di lembaga legislatif atau eksekutif sehingga dapat membuat kebijakan politik yang sesuai dengan visi misi dan program politik para *komunikator* politik

terutama para politikus dan partai politiknya (Dan Nimmo dalam Alfyani, 2018:59-60).

Partai Politik

Partai politik merupakan organisasi yang memiliki tujuan merebut dan mempertahankan kekuasaan di dalam pemerintahan melalui proses pemilihan umum yang disepakati oleh semua anggota partai. Hal yang sama diungkapkan A. Ware (dalam Haboddin & Arjul, 2016:184) menyebutkan, partai adalah suatu lembaga yang mencakup dua hal, yaitu: pertama mencari pengaruh dalam negara, seiring dengan mencoba menduduki posisi-posisi dalam pemerintahan. Kedua, biasanya terdiri lebih dari satu kepentingan tunggal dalam masyarakat dengan begitu pada tingkat tertentu berusaha mengumpulkan kepentingan-kepentingan. K.C. Wheare (dalam Kodyat, 2019:2) mengatakan bahwa pada hakikatnya merupakan cara bagaimana agar rakyat dapat mengawasi atau terlibat dalam pemerintahan dengan cara mengorganisir dirinya sendiri. Pengorganisasian ini didasarkan pada persamaan pandangan ideologi, kepentingan ekonomi, sosial dan lain-lain. Akan tetapi, yang lebih penting dalam berorganisasi pada suatu partai politik adalah kesamaan keinginan untuk mempertahankan atau merebut kedudukan atau kekuasaan politik.

KOMUNIKASI ORGANISASI

Menurut para ahli komunikasi organisasi adalah komunikasi yang diterapkan dalam sebuah organisasi, baik yang dilakukan oleh anggota kepada anggota, atau pimpinan kepada pimpinan, atau bahkan anggota kepada pimpinan. Dan ciri-ciri komunikasi organisasi adalah memiliki struktur yang jelas serta adanya aturan-aturan yang dipahami masing-masing anggota organisasi, (Abdullah dalam Silviani, 2020:97).

PUBLIC RELATION

Public Relation memiliki peran penting dalam suatu organisasi untuk menciptakan citra positif. peran strategis *Publik Relation* menunjang perkembangan organisasi. organisasi perlu menciptakan citra yang baik jika ingin mendapatkan kerja sama, penghargaan, dan respons positif dari pihak-pihak lainnya yang memiliki hubungan kepentingan dengan organisasi tersebut.

Pengertian Public Relation

Pengertian “*public*” adalah sekelompok orang yang menaruh perhatian pada sesuatu hal yang sama, mempunyai minat dan kepentingan yang sama. Publik merupakan grup kecil, terdiri atas orang-orang dengan jumlah sedikit, juga dapat merupakan sekelompok besar. Begitu juga dengan pengertian “*relation*” yang berasal dari bahasa Inggris yang berarti “hubungan”. Penggunaan *relation* dengan *public relations* mengandung arti adanya hubungan yang timbal balik atau *two-way-communications*. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan “*as publicity is a tool of public relation, so public relation is a tool of marketing*”. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa publisitas adalah alat *Public Relation* menjalin hubungan dengan masyarakat, begitu pula seorang *Public Relation* juga sebagai alat dalam hal pemasaran. Dapat ditarik kesimpulan bahwa *Public Relation* merupakan salah satu usaha manajemen dalam menciptakan hubungan harmonis antara badan atau organisasi itu dengan publiknya, melalui program kerja yang positif (Silviani, 2020:25-31).

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Pendekatan yang dipakai pada penelitian ini adalah kualitatif, yang menurut Sugiyono berlandaskan pada filsafat *post-positivisme*. Pendekatan ini digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang

alamiah di mana penulis adalah instrumen kunci (Sugiyono, 2014:9). Pada penelitian ini, penulis menampilkan hasil penelitian deskriptif (*descriptive research*) untuk mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti (Samsu, 2017:65).

Kerangka Konsep

Kerangka konsep merupakan suatu hubungan secara teoretis antara variabel-variabel penelitian yaitu: antara variabel independen dengan variabel dependen yang akan diamati atau diukur melalui penelitian yang akan dilaksanakan (Sugiyono, 2014:30). Kerangka konsep dalam penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan penggunaan strategi komunikasi politik Dewan Pimpinan Daerah (DPD) Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) Sumatera Utara dalam meningkatkan kepercayaan pemilih pada pemilu legislatif 2024.

Definisi Konsep

Definisi konsep definisi konseptual merupakan unsur penelitian yang menjelaskan karakteristik suatu masalah yang hendak diteliti. Dari berbagai uraian tinjauan pustaka, ditemukan definisi konsep dari masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Strategi Komunikasi Politik, adalah sebuah taktik yang begitu berperan dalam pemenangan pemilihan umum (Effendy, 2019:32).
2. Partai Politik, adalah suatu lembaga yang mencakup dua hal, yaitu: pertama mencari pengaruh dalam negara, seiring dengan mencoba menduduki posisi-posisi dalam pemerintahan. Kedua, biasanya terdiri lebih dari satu kepentingan tunggal dalam masyarakat dengan begitu pada tingkat tertentu berusaha mengumpulkan kepentingan-kepentingan A. Ware (dalam Haboddin & Arjul, 2016:184).
3. Komunikasi organisasi adalah komunikasi yang diterapkan dalam sebuah organisasi, baik yang dilakukan

oleh anggota kepada anggota, atau pimpinan kepada pimpinan, atau bahkan anggota kepada pimpinan. Dan ciri-ciri komunikasi organisasi adalah memiliki struktur yang jelas serta adanya aturan-aturan yang dipahami masing-masing anggota organisasi, (Abdullah dalam Silviani, 2020:97).

Public Relation merupakan salah satu usaha manajemen dalam menciptakan hubungan harmonis antara badan atau organisasi itu dengan publik-nya, melalui program kerja yang positif (Silviani, 2020:25-31).

Kategorisasi

Menurut Hammersley dan Atkinson (dalam Alwasilah, 2017:235) bahwa kategori yang dipakai dapat adalah kategori yang dikembangkan peneliti, kategori responden, kategori dari penelitian terdahulu, dan mencampurkan semua kategori. Dalam penelitian ini kategorisasi terdiri dari: Komunikator Politik, Pesan Politik, Media Massa, Khalayak dan Efek Komunikasi Politik

Informan

Dalam penelitian ini, subjek yang diteliti dikelompokkan dalam *Nonprobability Sampling*, dimana pengambilan sampel tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sample. Berdasarkan pengelompokan teknik di atas, maka penulis menggunakan *purposive sampling*, yang merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan penulis menjelajahi objek/situasi sosial yang diteliti (Sugiyono, 2014:218-219). Selanjutnya, terdapat tiga jenis informan yang dapat memberikan informasi mengenai fenomena/permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, antara lain:

(1) Informan Kunci adalah informan yang mempunyai informasi seluruh nya tentang permasalahan yang diangkat oleh peneliti;
(2) Informan utama ialah orang mengenal secara teknis dan konkrit tentang permasalahan penelitian yang dipelajari.
(3) Informan pendukung ialah orang yang dapat menyampaikan informasi tambahan, analisis dan pembahasan dalam penelitian kualitatif.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono, teknik pengumpulan data merupakan langkah paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi (Sugiyono, 2014: 224).

Observasi

Menurut Sugiyono, observasi adalah teknik pengumpulan data untuk mengamati perilaku manusia, proses kerja, dan gejala-gejala alam, dan responden (Sugiyono, 2014:166). Penelitian ini menggunakan pengamatan langsung untuk menemukan berbagai fakta di lapangan.

Wawancara

Wawancara dalam penelitian terjadi saat peneliti dengan berbincang-bincang dengan informan dengan tujuan menggali informasi melalui pernyataan-pernyataan dengan teknik tertentu. Wawancara merupakan percakapan dengan maksud tertentu yang terjadi di antara dua orang, pewawancara mengajukan pertanyaan dan informan memberikan jawaban (Moleong, 2018:186).

Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode kajian dan mengelola data dari dokumen-dokumen yang sudah ada sebelumnya dan mendukung data penelitian.

Teknis Analisis Data

Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan

pertanyaannya lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles dan Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data terdiri dari antara lain (Sugiyono, 2014:321-329):

1. Pengumpulan Data

Langkah utama pada setiap penelitian adalah mengumpulkan data observasi, wawancara, dan dokumentasi atau gabungan ketiganya (*triangulasi*). Tahap awal peneliti menjelajahi secara umum kepada situasi sosial/objek yang diteliti, semua dilihat dan didengar, direkam semuanya. Jadi peneliti akan memiliki data yang sangat banyak dan sangat bervariasi.

2. Reduksi Data

Mereduksi data adalah merangkum, mengambil hal-hal pokok, memfokuskan pada hal yang penting, dicari tema dan polanya. Maka dari itu data yang telah direduksi akan memiliki gambaran yang sangat jelas, dan mempermudah peneliti untuk mengumpulkan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

3. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya. Tek bersifat naratif sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif. Dengan men-display-kan data, maka memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

4. Verifikasi atau Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan awal yang ditemukan masih bersifat sementara, dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung dengan bukti-bukti yang valid dan

konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang ditemukan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti yang telah dikemukakan bahwa rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Wawancara

Untuk mengetahui strategi komunikasi politik yang dilakukan DPD PDI-P Sumatera Utara dan faktor keberhasilannya, penulis melakukan serangkaian wawancara kepada para informan yang telah ditentukan, karena dianggap dapat memberikan informasi yang relevan untuk menjawab rumusan penelitian. Para informan tersebut antara lain:

1. Wawancara Dengan Informan Kunci

Rapidin Simbolon selaku Ketua DP D PDI Perjuangan Sumatera Utara memberi keterangannya tentang strategi komunikasi politik partai dalam pembangun kepercayaan pemilih. Secara struktural PDI-P memiliki badan-badan dan organisasi sayap yang mendukung konsolidasi politik partai dalam pemilu.

“...struktur partai dari tingkat anak rating, itu setingkat dusun atau lingkungan, kemudian struktur di tingkat kelurahan atau namanya pengurus ranting, kemudian, pengurus di tingkat kecamatan yang namanya PAC, kemudian pengurus DPC di kabupaten/kota, kemudian DPD di provinsi. Inilah struktur PDI-Perjuangan, juga ada yang namanya sayap partai.”

Struktur tersebut terdiri dari kepengurusan mulai dari tingkat: Pengurus

Anak Ranting, Pengurus Ranting, Pengurus Anak Cabang (PAC), Dewan Pimpinan Cabang (DPC), dan Dewan Pimpinan Daerah (DPD). Terdapat lima organisasi sayap PDI-P sebagai wadah konsolidasi.

“Sayap partai PDI-P pertama ada, BMI (Banteng Muda Indonesia) ini sayap partai yang menjadi tempat mengkonsolidasi para pemuda-pemuda, kemudian ada yang namanya Taruna Merah Putih (TMP) ini konsolidasi khusus kepada para remaja, para profesional-profesional muda, kemudian ada REPDEM (Relawan Demokrasi Perjuangan) ini konsolidasi sayap partai kepada para aktivis-aktivis mahasiswa, dan para generasi-generasi muda, kemudian ada Baitul Muslimin itu sayap PDI-P yang secara khusus melakukan konsolidasi, komunikasi kepada pemilih warga masyarakat muslim. Kemudian ada sayap partai gerakan nelayan dan tani indonesia yang ini khusus melakukan konsolidasi, menangani, mengambil solusi terhadap kepentingan tani dan nelayan di Indonesia.”

Adanya organisasi sayap partai memungkinkan PDI-P untuk menjangkau lebih banyak golongan-golongan masyarakat seperti para pemuda, profesional, relawan, aktivitas, petani, nelayan dan pemilih muslim dalam mengkonsolidasikan tujuan politik partai dalam Pemilu. Komunikasi Politik yang dilakukan oleh DPD PDI-P Sumatera Utara berasal dari kader-kader partai sebagai salah satu pilar partai.

“saya sampaikan tadi tiga pilar partai, ada struktur partai yang solid, mesin partai, kemudian kader partai yang ada di legislatif, kemudian kader partai yang ditugaskan untuk menjalankan amanah sebagai kepala daerah, wakil kepala daerah, kalau secara nasional ada menteri, ada gubernur, ada presiden, ini juga menjadi modal dasar PDI-Perjuangan, semua tentunya melakukan komunikasi yang efektif kepada

masyarakat, sebagai kader PDI-Perjuangan turun ke bawah untuk tetap mendapatkan trust (kepercayaan) dari masyarakat.”

Kader partai yang berada dalam struktural partai, jabatan politik dari tingkat daerah sampai pusat, baik di badan legislatif maupun eksekutif, sebagai tiga pilar partai, menjadi modal dasar bagi PDI-P melakukan komunikasi politik secara efektif kepada masyarakat untuk mendapatkan *trust* (kepercayaan).

Terdapat dua variabel dalam membangun citra positif seorang tokoh politik terhadap masyarakat. Dua variabel tersebut antara lain: Pertama, struktur partai yang solid; dan yang kedua, ke-tokoh-an individu kader partai.

“Pertama adalah struktur partai yang solid, karena dengan struktur partai yang solid, berarti-kan mesin partai itu bergerak berkolaborasi, bersinergi dengan seluruh elemen masyarakat. ini yang pertama. Yang kedua tentu ke-tokoh-an ini berarti individu kader-kader. Kader-kader ini juga figur yang positif dengan catatan dia mempunyai integritas, artinya punya kapasitas, dan punya keteladanan, sehingga ketokohnya memang dirasakan oleh publik karena mampu memperjuangkan kepentingan-kepentingan publik.”

Individu para kader harus memiliki *track record* dengan integritas baik, demikian juga ia harus memiliki kapasitas dalam posisi politik, dan dapat menjadi teladan bagi khayalak. Dengan melekatnya nilai-nilai tersebut kepada individu kader, maka masyarakat dapat merasa bahwa kepentingannya dapat diperjuangkan.

2. Wawancara dengan Informan Utama

Bapak Sutarto selaku Sekretaris DPD PDI-P Sumatera Utara (Informan Utama) , Sutarto memberikan keterangannya tentang strategi komunikasi politik partai dalam pembangun

kepercayaan pemilih. Strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh PDI-P bertumpu pada kekuatan partai.

“Sumatera utara ada 19 anggota DPRD Provinsi ada 165 anggota DPRD kabupaten/kota, dan kita ada 7 anggota legislatif dari Dapil Sumut 1, Sumut 2, serta Sumut 3, ini kan kekuatan PDI-P yaitu ada struktur, ada kader partai di legislatif, kemudian ada kader-kader partai yang ditugaskan menjalankan amanah warga masyarakat menjadi kepala daerah baik bupati, walikota maupun wakil bupati/wakil walikota. Ini namanya disebut tiga pilar partai, ini lah kekuatan dari PDI-Perjuangan.”

Saat ini DPD PDI-P Sumatera Utara telah berhasil menempatkan 165 anggota DPRD kabupaten/kota; 19 anggota DPRD Provinsi Sumatera Utara; dan 7 anggota DPR-RI. Di badan eksekutif para pimpinan daerah seperti Bupati dan Walikota dipimpin oleh kader-kader PDI-P. Tiga pilar yang menjadi kekuatan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan berada pada: struktur organisasi; kader partai di badan legislatif; dan kader partai yang berada di badan eksekutif.

Terdapat langkah-langkah dalam mendapatkan *trust* (kepercayaan) dari masyarakat, dimulai dari mengoptimalkan jaringan kader dan struktur partai.

“Yang pertama tentu yang kita optimalisasi adalah jaringan kader-kader partai, jaringan struktur dalam rangka komunikasi ke publik, apa artinya, jaringan struktur ini kan ada anak, ranting, PAC, DPC, DPD, tentu ini efektif untuk bisa berkomunikasi dan berkolaborasi dengan para tokoh-tokoh masyarakat, apakah tokoh agama, tokoh masyarakat, tokoh pemuda, tokoh perempuan, dan sebagainya, ini kan para kader-kader PDI-Perjuangan yang ada di struktur melakukan komunikasi ke publik/tokoh-tokoh tadi.”

Terbangunnya jaringan kader dan struktur partai dalam komunikasi kepada masyarakat, akan memudahkan

komunikasi dan kolaborasi kader partai dengan tokoh masyarakat, tokoh agama, tokoh perempuan dan lain sebagainya, yang secara langsung akan didengar oleh masyarakat.

3. Wawancara Dengan Informan Utama

Penyabar Nakhe selaku Wakil Ketua Bidang Organisasi DPD PDI-P, memberikan keterangannya tentang strategi komunikasi politik partai dalam membangun kepercayaan pemilih. Dari sisi struktur partai terdapat badan partai yang bisa bersentuhan langsung dengan masyarakat.

“Ada beberapa yang bisa langsung bersentuhan dengan publik, misalnya Biro Bantuan Hukum PDI-Perjuangan, maka badan partai ini akan melakukan pembelaan, advokasi, terhadap masalah-masalah yang dihadapi oleh warga masyarakat, ini kan bagian dari komunikasi politik secara riil kepada kepentingan masyarakat.”

Selain pada jaringan kader dan struktur partai, komunikasi politik juga dibangun melalui kegiatan-kegiatan sosial, ekonomi, bencana, dan lain sebagainya.

“Yang kedua ada Badan Ekonomi Kreatif, badan ini juga melakukan kegiatan-kegiatan soal UMKM, masalah membangkitkan ekonomi kreatif para generasi muda, ini juga bagian komunikasi khususnya yang dilakukan oleh struktur partai terkait persoalan-persoalan ekonomi kerakyatan. Ada yang namanya Badan Penanggulangan Bencana (BAGUNA), ini juga badan partai yang mempunyai fungsi kerakyatan, memberikan pertolongan membantu terhadap persoalan-persoalan kebencanaan yang dihadapi oleh masyarakat, ini secara insidental artinya kalau ada peristiwa bencana, maka BAGUNA turun sebagai bentuk kepedulian dari PDI-Perjuangan, terhadap bencana yang dihadapi warga masyarakat. ini juga bagian dari komunikasi publik dengan beberapa kegiatan-kegiatan sosial.”

PDI-P melakukan kegiatan pemberdayaan UMKM dalam merespons isu ekonomi kreatif. Selain itu kegiatan sosial yang dilakukan ada yang *insidental* (dilakukan pada waktu tertentu) seperti jika terjadi bencana alam, maka PDI-P mengerahkan Badan Penanggulangan Bencana (BAGUNA) sebagai bentuk kepedulian. Adanya badan-badan partai yang bersentuhan langsung dengan masyarakat, menjadi agitasi politik kepada masyarakat untuk bergerak secara langsung terlibat memperjuangkan permasalahan mereka. Komunikasi politik PDI-P juga memanfaatkan penggunaan teknologi komunikasi melalui media mainstream untuk menyampaikan informasi positif kepada masyarakat.

“Kemudian, dengan media apalagi kita gunakan, kita ada namanya media mainstream, ada namanya media sosial, kemajuan teknologi komunikasi, itu tidak bisa kita tolak. Maka peran dari media mainstream juga besar juga memanfaatkan ini dengan menyampaikan berita-berita, informasi-informasi yang sifatnya positif kepada publik. Yang kedua memakai media sosial, media sosial ini kan banyak jenisnya, sebagai wujud dari kemajuan teknologi komunikasi ada Whatsapp, ada Instagram, ada Youtube, ada Facebook, ini kan bagian dari media digital yang efektif membangun persepsi publik dan menyampaikan al-hal yang sifatnya konstruktif kepada masyarakat.”

Selain penggunaan media mainstream, PDI-P menggunakan media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Youtube*, yang bertujuan membangun persepsi publik terhadap partai.

4. Wawancara Dengan Informan Pendukung

Lutfi Koordinator Bidang Hubungan Masyarakat (Humas) DPD PDI-P Sumatera Utara, memberikan keterangannya tentang strategi komunikasi politik partai dalam membangun kepercayaan pemilih. Di era teknologi informasi sekarang penggunaan media berbasis elektronik lebih efektif.

“...tentu saja di masa teknologi sekarang, menggunakan media elektronik dalam komunikasi politik sangat membantu lah. Lebih murah, cepat, dan jangkauan nya luas. Kita sebagai corong informasi partai punya tugas dan fungsi dalam hal ini. apa yang jadi kegiatan-kegiatan partai di masyarakat kita beritakan, sehingga masyarakat juga tahu apa saja yang sudah dilakukan. Apa yang kita lakukan juga termasuk bagian konsolidasi politik kita kepada masyarakat.”

DPD PDI-P Sumatera Utara memiliki badan Hubungan Masyarakat (HUMAS) yang bertugas dalam menyebarkan kegiatan-kegiatan partai. Penggunaan media informasi elektronik menjadi cara utama dalam menyebarkan informasi tersebut. Mengingat penggunaan media elektronik dalam penyebaran informasi memiliki kelebihan dalam harga, kecepatan informasi, dan jangkauan di dalam masyarakat.

“selain untuk menunjukkan kegiatan-kegiatan PDI-P, humas juga berperan meluruskan informasi-informasi tidak benar, yang beredar di masyarakat seperti isu PDI-P adalah PKI, ini tidak benar. Apalagi kan sekarang di zaman media sosial, agak sulit membendakan informasi-informasi yang benar dan tidak. Jadi agar menghindari miss persepsi, humas akan memberikan formasi yang benar misalnya dari pemberitaan media.”

Selain pada penyebaran informasi tentang kegiatan kepada masyarakat. HUMAS PDI-P melakukan langkah-langkah pencegahan terhadap informasi-informasi tidak benar (*Hoax*), karena memiliki dampak negatif masyarakat terhadap persepsi mereka kepada PDI-P. Langkah tersebut ditempuh melalui pemberitaan resmi di media, sehingga informasi tidak benar dapat di-minimalkan.

Analisis Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini dilakukan analisis berdasarkan data-data yang diperoleh dan disesuaikan dengan variabel

yang telah ditentukan sebelumnya. Adapun analisis dalam pembahasan ini antara lain:

- Tiga Pilar Komunikasi Politik PDI-P

Komunikasi politik adalah proses menyampaikan pendapat, sikap dan tingkah laku orang, lembaga, atau kekuatan-kekuatan politik untuk mempengaruhi pengambilan keputusan politik, dan juga yang dimaksud dengan politik tidak lain adalah kehidupan bernegara (Susanto, 2013:164). Komunikasi politik Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) berada dalam konsolidasi politik yang bertumpu pada tiga pilar partai. Ketiga pilar tersebut antara lain:

- Struktur Organisasi Partai

Struktur organisasi partai di tingkat provinsi, mulai dari tingkat paling bawah, antara lain: a) Pengurus Anak Ranting di tingkat dusun/RW; b) Pengurus Ranting, di tingkat desa atau kelurahan; c) Pengurus Anak Cabang (PAC) di tingkat kecamatan; c) Dewan Pimpinan Cabang (DPC) di tingkat kabupaten/kota; dan e) Dewan Pimpinan Daerah (DPD) di tingkat provinsi. Struktur kepengurusan organisasi ini telah diatur dalam Bab V Pasal 26 Anggaran Dasar/Anggaran Rumah Tangga PDI-P. Dengan demikian komunikasi yang diterapkan dalam sebuah organisasi, baik yang dilakukan oleh anggota kepada anggota, atau pimpinan kepada pimpinan, atau bahkan anggota kepada pimpinan. Dan ciri-ciri komunikasi organisasi adalah memiliki struktur yang jelas serta adanya aturan-aturan yang dipahami masing-masing anggota organisasi, (Abdullah dalam Silviani, 2020:97).

- Kader Partai di Lembaga Legislatif

PDI-P sebagai partai politik memiliki peran untuk menerjemahkan kepentingan masyarakat menjadi perundang-undangan dan mengawasi lembaga eksekutif sebagai pelaksanaannya. Maka untuk dapat menjalankan peran tersebut, PDI-P melalui Pemilihan Umum Legislatif, sebagai mekanisme demokratis

agar dapat mewakili kepentingan pemilihnya. Saat ini DPD PDI-P Sumatera Utara telah menempatkan 165 anggota DPRD kabupaten/kota; 19 anggota DPRD Provinsi Sumatera Utara; dan 7 anggota DPR-RI.

- Kader Partai di Lembaga Eksekutif

PDI-P telah berhasil mengorbitkan para kader-nya sebagai pimpinan daerah di berbagai kabupaten/kota di Provinsi Sumatera Utara. Dengan adanya kader di lembaga eksekutif daerah, maka berbagai kebijakan yang menjadi visi misi PDI-P dapat diaplikasikan, sehingga masyarakat merasakan secara langsung. Daerah yang dipimpin oleh kader PDI-P seperti: Kota Medan, Kabupaten Serdang Bedagai, Kabupaten Batubara, Kabupaten Tapanuli Utara, Kota Tanjung Balai, Kabupaten Nias Selatan, Kabupaten Nias, Kota Gunungsitoli, Kabupaten Toba.

Konsolidasi Politik Dpd Pdi-P Sumatera Utara

Strategi ialah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. strategi bukan hanya sebagai peta jalan yang hanya memberikan arah, namun juga harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy, 2019:32). Strategi komunikasi politik PDI-P terbagi atas dua bagian: Pertama, Konsolidasi Politik Internal Partai, dimana Struktur Organisasi Partai sebagai salah satu pilar PDI-P terlibat dalam perencanaan dan pelaksanaan kegiatan-kegiatan kerakyatan, sesuai dengan visi dan misi partai, terkhusus dalam pemenangan Pemilu. Selain Struktur Organisasi Partai, berbagai organisasi sayap PDI-P terkoordinasi di dalamnya, seperti: Banteng Muda Indonesia (BMI), Taruna Merah Putih (TMP), Relawan Demokrasi Perjuangan (REPDEM), Baitul Muslimin. Adanya organisasi sayap memberikan dampak pada perluasan konsolidasi kepada beragam kelompok-kelompok masyarakat.

Kedua, Konsolidasi Politik Eksternal Partai, yang merupakan komunikasi politik yang diarahkan kepada masyarakat

pemilih. Struktur Organisasi Partai, Kader di lembaga legislatif dan eksekutif (Tiga Pilar PDI-P) turut mengambil bagian. Para kader partai yang menempati posisi politik di lembaga legislatif dan eksekutif melakukan komunikasi politik kepada masyarakat, yang lebih ditujukan kepada tokoh-tokoh masyarakat yang memiliki pengaruh langsung kepada masyarakat pemilih. Di samping itu, dalam struktur PDI-P terdapat badan yang bersentuhan langsung dengan permasalahan yang dihadapi masyarakat, misalnya dalam upaya advokasi masyarakat, PDI-P menyediakan Biro Bantuan Hukum PDI-P. Adapun kegiatan pemberdayaan ekonomi kreatif UMKM, dan penanggulangan bencana alam melalui Badan Penanggulangan Bencana (BAGUNA).

5. SIMPULAN

Strategi komunikasi politik Dewan Pimpinan Daerah (DPD) Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) Sumatera Utara, dengan dua bagian yaitu: Konsolidasi Internal Partai dan Konsolidasi Eksternal Partai. Faktor keberhasilan strategi komunikasi politik Dewan Pimpinan Daerah (DPD) Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) Sumatera Utara terletak pada tiga pilar partai, antara lain: Struktur Organisasi Partai; Kader Partai di Lembaga Legislatif; dan Kader Partai di Lembaga Eksekutif.

Dewan Pimpinan Daerah (DPD) Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) Sumatera Utara, sebaiknya membentuk badan yang memiliki fokus Public Relation untuk membangun citra positif PDI-P dalam memperoleh dukungan masyarakat. Dewan Pimpinan Daerah (DPD) Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) Sumatera Utara, sebaiknya merancang strategi komunikasi politik baru, menyesuaikan pergeseran mayoritas pemilih pada Generasi Milenial dan Generasi Z, yang sangat melek teknologi informasi.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Alwasilah, Chaedar A. 2017. *"Pokoknya Kualitatif: Dasar-Dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif"*. Bandung: Pustaka Jaya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2019. *"Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek"*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Haboddin, Muhtar, & Arjul, Muh, 2016, *"Pengantar Ilmu Politik"*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Moleong, Lexy J. 2018. *"Metodologi Penelitian Kualitatif"*. Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Silviani, Irene. 2020. *"Public Relation Sebagai Solusi Komunikasi Krisis"*. Surabaya: PT. Scopindo Media Pustaka
- Soyomukti, Nurani, 2017, *"Pengantar Ilmu Komunikasi"*. Cetakan IV. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Sugiyono. 2014. *"Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D"*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Alfiyani, Nur. Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Politik. POTRET PMEIKIRAN, Vol. 22, No. 2, (Juli-Desember 2018): 57-69
- Anggono, Bayu Dwi. Telaah Partai Politik untuk Mewujudkan Peraturan Perundang-Undangan yang Berdasarkan Pancasila. Jurnal Konstitusi, Vol. 16, No. 4, (Desember 2019): 696-720
- Hakim, Abdul & Panuju Rendi. Strategi Komunikasi Politik DPC PDI Perjuangan Surabaya Pada Pemilu Legislatif 2019. Sosiologi Reflektif, Vol. 14, No. 1 (Oktober 2019): 187-207
- Republik Indonesia. Undang-Undang Dasar 1945. Sekretariat Jenderal MPR RI
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2020. *"Hasil Penghitungan Suara Sah Partai Politik Peserta Pemilu Legislatif Tahun 1955-2019"*, <https://www.bps.go.id/statictable/2>

[009/03/04/1573/hasil-penghitungan-suara-sah-partai-politik-peserta-pemilu-legislatif-tahun-1955-2019.html](https://databoks.katadata.co.id/data-publik/009/03/04/1573/hasil-penghitungan-suara-sah-partai-politik-peserta-pemilu-legislatif-tahun-1955-2019.html), diakses pada tanggal 22 April 2023 Jam 15.20 WIB.

databoks.katadata.co.id. 2022. “*PDI Perjuangan Unggul Pada Pemilu 2019*”

<https://databoks.katadata.co.id/data-publik/2022/10/26/pdi-perjuangan-unggul-di-sumatera-utara-pada-pemilu-2019>, diakses pada tanggal 22 April 2023 Jam 16.45 WIB.

dprd-sumutprov.go.id. “*Struktur Pimpinan Dewan Ketua dan Wakil Ketua DPRD Sumatera Utara Masa Jabatan 2019-2024*”, <http://dprd.sumutprov.go.id/pimpinan-dewan>, diakses pada tanggal 2 Mei 2023 Jam 14.00 WIB.