

Strategi Komunikasi Politik Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan pada Pemilu Legislatif 2019 di Pekanbaru

Afri Andi¹ & Al Sukri²

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau^{1&2}

Email Korespondensi: alsukri@comm.uir.ac.id^{1&2}

Diterima: 12-03-2022 Disetujui: 12-03-2022 Diterbitkan: 12-06-2022

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan Strategi Komunikasi Politik PDI Perjuangan dalam kampanye pemilihan legislatif 2019. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Data dalam penelitian dikumpulkan melalui observasi dan wawancara. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa komunikasi Politik 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.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Politik, Pemilu Legislatif.

Abstract

This study aims to describe the Political Communication Strategy of the PDI-P in the 2019 legislative election campaign. The method used in this research is qualitative. The data in the study were collected through observation and interviews. The results of the study indicate that political communication of the PDI-P was carried out in various channels, namely group, organizational, mass and social media communication channels. The communication messages conveyed were in the form of community programs based on directions from the central party management and in the form of an explanation that the PDI-P was not anti-Islam and the PKI. Target segmentation is carried out by the PDI-P to facilitate the implementation of the campaign strategy. The targets of PDI Perjuangan's political communications were divided based on age, religion and

base area. Based on age, PDI-P uses a different approach to young and old voters. Based on religion, PDI-P approached religious figures and labeled itself close to Islam.

Keywords: *Political Communication Strategy, Legislative Election.*

PENDAHULUAN

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).

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 mengimplimentasikannya 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.

KERANGKA TEORI

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 menakitat berupa perubahan sikap yang menerima pesan.

Sementara politik dapat diartikan sebagai suatu cara mendapatkan hal yang diinginkan. Miriam Budiardjo 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.

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).

METODE 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.

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.

PEMBAHASAN

PDI Perjuangan menentukan strategi kampanye berdasarkan segmentasi sasaran, yaitu kampanye berdasarkan umur, bagama 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 pad daerah basis, PDI Perjuangan menggerakkan ranting dan anak ranting untuk menjaring suara. Sementara di daerah non basis, PDI Perjuanga 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:

Alokasi.

Menggerakkan ranting dan anak ranting untuk menjaring suara di akar rumput. Menyampaikan program-program yang dibutuhkan rakyat sebagai pesan kampanye politik, seperti memudahkan akan mudah masalah birokrasi pengurusan surat-surat yang dibutuhkan oleh masyarakat. Turun dan berkumpul dengan masyarakat ketika masa kampanye serta memberikan bantuan kepada masyarakat seperti sembako.

Mendekati tokoh-tokoh masyarakat dan agama secara langsung. Mendekati pemilih milenial melalui kegiatan olahraga dan aktivitas media sosial. 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. Menyampaikan pesan bahwa PDI Perjuangan adalah Soerkarnois melalui baliho yang bergambarkan foto Ir. Soerkarno

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

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.

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 kekuatannya kuat. Selain itu, biaya yang dikeluarkan untuk menggerakkan ranting dan anak ranting serta untuk membeli atribut-atribut kampanye dan peralatan lainnya.

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 Ngrah, 1999:72) diantaranya adalah:

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.

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.

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:

Menggerakkan ranting dan anak ranting untuk menjangkau suara di akar rumput; Menyampaikan program-program yang dibutuhkan rakyat sebagai pesan kampanye politik, seperti memudahkan akan mudah masalah birokrasi pengurusan surat-surat yang dibutuhkan oleh masyarakat; Turun dan berkumpul dengan masyarakat ketika masa kampanye serta memberikan bantuan kepada masyarakat seperti sembako; Mendekati tokoh-tokoh masyarakat dan agama secara langsung; Mendekati pemilih milenial melalui kegiatan olahraga dan aktivitas media sosial; 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; 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).

DAFTAR PUSTAKA

Alrizki, D., & Aslinda, C. (2022). Analisis Framing Pemberitaan Indonesia Tidak Lockdown di kompas.com dan detik.com. *Journal of Political Communication and Media*, 1(01), 24–36. Retrieved from

<https://journal.rc-communication.com/index.php/JPCM/article/view/20>

- Andi, A., & Sukri, A. (2022). Strategi Komunikasi Politik Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan pada Pemilu Legislatif 2019 di Pekanbaru. *Journal of Political Communication and Media*, 1(01), 37–49. Retrieved from <https://journal.rc-communication.com/index.php/JPCM/article/view/21>
- 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 Bhuana 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, Hafied. 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.
- Mudjiyanto, B., Tawaang, F., Nugroho, A. C., Lusianawati, H., & Launa, L. (2022). Disonansi Kognitif Elite Politik dan Pejabat Publik Dalam Menghadapi Fenomena Kelangkaan Minyak Goreng. *Journal of Political Communication and Media*, 1(01), 1–23. Retrieved from <https://journal.rc-communication.com/index.php/JPCM/article/view/24>

- Mulyana, Deddy. 2007. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: Rosdakarya.
- Nimmo, Dan. 2005. , Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, Dan Media. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, R. A., & Riauan, M. A. I. (2022). Analisis Wacana Surat Kabar Riau Pos Rubrik Menuju Riau 1. Journal of Political Communication and Media, 1(01), 61–75. Retrieved from <https://journal.rc-communication.com/index.php/JPCM/article/view/19>
- Pamungkas, Sigit. 2011. Partai Politik: Teori Dan Praktik Di Indonesia. Yogyakarta: Institute fo Democracy and Welfarism.
- Parwati, D., & Pithaloka, D. (2022). Perilaku Komunikasi Kepala Desa Dalam Pembangunan Desa Suka Makmur Kabupaten Kampar. Journal of Political Communication and Media, 1(01), 50–60. Retrieved from <https://journal.rc-communication.com/index.php/JPCM/article/view/22>
- 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.