

STRATEGI KOMUNIKASI TIM SUKSES PARTAI DEMOKRASI INDONESIA PERJUANGAN (PDIP) DALAM PEMENANGAN PEMILU LEGISLATIF 2024

Agustin Tri Handayani¹, Siti Rahayu Pratami Lexianingrum²
aagustintrihandayani@gmail.com¹, siti.rahayu.pratami.lexianingrum@binadarma.ac.id²
Universitas Bina Darma

ABSTRAK

Penelitian ini mengulas strategi komunikasi yang diterapkan oleh tim sukses Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) dalam kemenangan Pemilu Legislatif di Kabupaten Banyuwangi Kecamatan Tunggal Ilir. Melalui pendekatan kualitatif, studi ini mengidentifikasi beberapa elemen strategi komunikasi yang terbukti efektif. Pertama, kampanye online menggunakan media sosial sebagai platform utama untuk mempromosikan visi dan misi partai, meningkatkan kesadaran, dan mendapatkan dukungan rakyat. Kedua, kampanye offline melalui pertemuan langsung, diskusi, dan acara lainnya memungkinkan interaksi personal dengan masyarakat, membangun relasi, dan meningkatkan kesadaran melalui dialog yang intens. Ketiga, koordinasi dengan masyarakat menjadi kunci dalam memahami kebutuhan dan harapan mereka, sambil memperkuat dukungan terhadap partai. Keempat, penggunaan media massa seperti surat kabar, radio, dan televisi memberikan jangkauan yang luas untuk mempromosikan visi dan misi partai kepada khalayak yang lebih besar. Temuan ini menyoroti pentingnya kombinasi strategi komunikasi online dan offline serta keterlibatan langsung dengan masyarakat dalam meraih dukungan politik yang kuat.

Kata Kunci: PDIP, Strategi, Komunikasi, Politik, Kampanye.

ABSTRACT

This research reviews the communication strategy implemented by the Indonesian Democratic Party of Struggle (PDIP) success team to achieve victory in the Legislative Election in Banyuwangi Regency, Tunggal Ilir District. Through a qualitative approach, this study identified several elements of communication strategies that have proven to be effective. First, the online campaign uses social media as the main platform to promote the party's vision and mission, increase awareness, and gain popular support. Second, offline campaigns through direct meetings, discussions and other events enable personal interaction with the community, build relationships and increase awareness through intense dialogue. Third, coordination with the community is key in understanding their needs and hopes, while strengthening support for the party. Fourth, the use of mass media such as newspapers, radio and television provides a wide reach to promote the party's vision and mission to a larger audience. These findings highlight the importance of a combination of online and offline communication strategies and direct engagement with the community in gaining strong political support.

Keywords: PDIP, Strategy, Communication, Politics, Campaigns.

PENDAHULUAN

Sepanjang sejarah hak pilih universal, pemilihan parlemen dan pemilihan presiden selalu diselenggarakan secara terpisah. Oleh karena itu, sebagian masyarakat menilai pelaksanaannya tidak efisien dan tidak sesuai dengan uud 1945. Pemilihan presiden dan parlemen 2024 akan digelar serentak di hari yang sama. Pemilihan umum merupakan wujud nyata praktik demokrasi di Indonesia yang memberikan kesempatan kepada warga negara untuk berpartisipasi langsung dalam pemilihan pejabat publik. Calon dipilih dari badan legislatif (kareg) seperti dpr dan dprd masing-masing provinsi, kabupaten, dan kota.

Ada banyak partai politik di Indonesia, salah satunya adalah Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP). Sebagai salah satu partai unggulan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), partai PDIP juga berperan dalam mengkomunikasikan

politik kepada simpatisan dan masyarakat dengan ikut serta dalam pengaturan urusan negara di bidang politik. Oleh karena itu, strategi komunikasi politik yang digunakan harus tepat agar perolehan suara pada Pemilu 2024 sesuai dengan keinginan partai. Berbagai cara dilakukan oleh Partai dan calon anggota parlemen PDI Perjuangan untuk mengkomunikasikan rencana kerjanya kepada sasarannya, yaitu rakyat, melalui kampanye yang merupakan salah satu strategi partai. Melibatkan masyarakat dan simpatisan secara langsung melalui media massa merupakan strategi komunikasi yang biasa dilakukan baik oleh partai politik maupun calon anggota parlemen peserta pemilu parlemen.

Partai PDIP sebagai salah satu partai politik peserta pemilu 2024, PDIP mencalonkan Tanti Retnowati S.I.P dengan nomor urut 05 Calon Dprd Kabupaten Banyuasin Dapil Tungkal Ilir, Betung, Suak Tapeh, Selat Penuguhan, Pulau Rimau, Kabupaten Banyuasin.

Komunikasi politik adalah expositions komunikasi yang melibatkan pesan politik dan aktor politik, atau yang terkait dengan kekuasaan, pemerintahan, dan aktivitas politik dalam sistem politik. Komunikasi politik merupakan cabang dari ilmu komunikasi yang fokus pada pemahaman dan analisis tentang bagaimana komunikasi mempengaruhi expositions politik, opini publik, dan pengambilan keputusan politik.

Tim sukses adalah orang yang sangat berpengaruh dalam usaha pemenangan pasangan calon, diutamakan orang yang sudah memiliki kemampuan secara manajerial serta loyalitas dan tidak dapat diragukan serta mempunyai Visi dan Misi Jangka panjang untuk orientasi dalam pemenangan calon, tanpa mengenal waktu dalam melaksanakan kegiatan sebagai tim sukses. Tim Sukses adalah tim kerja dalam semua aspek untuk seorang calon kandidat. Target dari tim sukses yang akan di jadikan tempat kampanye yaitu masyarakat sekitar. Para tim sukses harus bisa mengambil hati masyarakat agar memilih calon yang mereka dukung.

Kampanye politik adalah wadah para kandidat mengeksplorasi berbagai langkah terencana dan sistematis guna mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi komunikasi yang tepat dalam kampanye politik akan mengantarkan kandidat meraih kemenangan dalam sebuah perhelatan pemilihan calon legislatif.

Banyak partai politik yang mengembangkan strategi untuk memenangkan pemilihan parlemen. Secara keseluruhan, partai politik memerlukan rencana strategis untuk menjaga hubungan masyarakat. Rencana ini menyangkut hasil-hasil politik yang disajikan, citra-citra yang diciptakan, program kampanye yang dilaksanakan, dan strategi mobilisasi massa. Perencanaan harus dilakukan agar alokasi sumber daya (sumber daya manusia, keuangan, infrastruktur, dll) dapat dilakukan secara efisien. Selain itu, perlu adanya perencanaan agar seluruh program dan kegiatan partai memiliki gerak dan arah yang sama.

Perencanaan harus dilakukan agar alokasi sumber daya (personil, keuangan, infrastruktur, dll) dapat dilakukan secara efisien. Selain itu, perlu adanya perencanaan agar seluruh program dan kegiatan partai memiliki gerak dan arah yang sama. Strategi ini harus diterapkan secara nyata oleh seluruh kandidat atau partai politik peserta pemilu. Karena pesaing kita juga berupaya keras untuk memenangkan persaingan politik. Dalam dunia politik, terdapat persaingan yang sangat ketat untuk mendapatkan suara dan dukungan masyarakat. Semua itu perlu diperhatikan atau direncanakan apabila setiap partai politik ingin bertahan dalam dunia politik dan memperoleh kekuasaan pemerintahan (Firmansah, 2007: 121).

Strategi komunikasi politik sangat penting untuk mempersiapkan persaingan dengan lawan lainnya dan menciptakan citra positif di mata masyarakat. Dalam menghadapi pemilu seperti ini, para kandidat, tim pemilu, dan partai politik pendukungnya memastikan bahwa mereka mempunyai rencana yang matang untuk memastikan bahwa strategi yang

mereka anjurkan efektif dan berhasil. Pada saat kampanye pemilu, para kandidat bersaing untuk meraih kemenangan, dan masyarakat menjadi sasaran komunikasi politik terkait tujuan kebijakan para kandidat. Rakyat adalah harapan terbesar seorang kandidat. Strategi yang matang dan terorganisir dapat memastikan bahwa masyarakat memilih.

Komunikasi dianggap sebagai suatu kegiatan yang erat kaitannya dengan kehidupan manusia di berbagai bidang, termasuk kegiatan politik. Kajian mengenai sinergi keilmuan antara komunikasi dan politik atau yang biasa disebut dengan komunikasi politik menjadi bidang keilmuan yang semakin menarik. Meskipun komunikasi politik relatif baru, namun telah lama berkaitan dengan evaluasi komunikasi dan politik serta penggunaan komunikasi untuk tujuan politik (Dan Nimmo, 2000: vii).

1. Bagaimana Strategi Komunikasi Tim Sukses Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (Pdp) Dalam Kemenangan Pemilu Legislatif?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini mengkaji bagaimana strategi komunikasi politik Dhanu Mirwand dari Partai Nasdem diterapkan guna meraih partisipasi masyarakat dan meraih suara sebanyak-banyaknya serta meraih kekuasaan dengan pencalonan parlemen beserta tim suksesnya. Lebih lanjut, penggunaan metode kualitatif memungkinkan peneliti berpikir secara induktif, memastikan bahwa berbagai fakta dan peristiwa sosial ditangkap melalui observasi lapangan, serta menganalisis dan menarik kesimpulan berdasarkan informasi deskriptif hasil penelitian kualitatif untuk mendapatkan Bentuk organisasi yang disesuaikan dan didokumentasikan, struktur yang dipersonalisasi atau ucapan masyarakat, dan perilaku yang diamati (dapat dirasakan). (Muhajirin, 2018).

Penelitian ini meneliti strategi komunikasi politik tim PDI Perjuangan untuk dalam mengupayakan kemenangan pemilihan legislatif. Penelitian ini akan menggunakan teori retorika untuk memahami bagaimana PDI Perjuangan menggunakan retorika dalam strategi komunikasi politik mereka untuk meningkatkan elektabilitas dan kemenangan calon legislatif.

Ilmu berbicara yang berkaitan dengan retorika mempelajari bagaimana komunikasi antarmanusia dilakukan. Retorika adalah seni menggunakan bahasa secara efektif untuk mempengaruhi audiens dengan menggunakan bukti seperti ethos, logos, dan poignancy. Teori retorika Aristoteles, yang masih digunakan hingga saat ini, menyatakan bahwa retorika sebagai sarana persuasi harus didasarkan pada ethos, sentiment, dan logis. Selain itu, teori ini menjelaskan bahwa pembicara harus mempertimbangkan khalayak mereka sebaik mungkin. Mereka harus melihat khalayak sebagai kelompok orang yang memiliki theme, pilihan, dan keputusan, bukan sebagai kelompok individu yang identik dan sama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam hasil dan pembahasan tersebut, peneliti menyajikan informasi dan hasil penelitian terkait dengan permasalahan yang dirumuskan, khususnya bagaimana strategi komunikasi tim sukses Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (Pdp) agar efektif pada pemilu 2024.

Jelaskan cara penggunaannya Bagian ini membahas tentang wawasan yang diperoleh peneliti melalui wawancara dengan tiga orang informan. Informasi yang disajikan dibuat dalam format poin berdasarkan pertanyaan wawancara. Peneliti kemudian dapat membuat kesimpulan yang menjelaskan dan juga mengetahui bahwa penelitian ini menjawab pertanyaan.

Berikut hasil penelitian berdasarkan konsepsi-konsepsi yang terkandung dalam Teori

Retorika: Aritoteles.

Teori Retorika Aristoteles merupakan suatu konsep yang fokus pada kemampuan berbicara dan berpidato yang efektif untuk mempengaruhi pendengar. Aristoteles dalam bukunya yang berjudul sama, *Retorika* merupakan senidalam berbicara dimana khalayakpendengar yang menentukan akhir dan tujuan dari suatu pidato. (Wast & Tuner, hal 7) Retorika memiliki tiga aspek penting yaitu etos (kredibilitas), pathos (emosi) dan logos (logika).

Dalam sistematisnya Teori Retorika sangat menekankan pentingnya memperhatikan khalyak dan menggunakan bukti-buktiyang akurat serta efektif untuk mempengaruhi pendegar. Dengan itu dalam jurnal ini, informan di fokuskan pada calon legislative, warga sektar dan tim sukses sebagai orang-orang yang terlibat dalam kampanye politik Tanti Retnowati S.I.P Dengan Nomor Urut 05 Calon Dprd Kabupaten Banyuasin Dapil Tungkal Iilir, Betung, Suak Tapeh, Selat Penuguhan, Pulau Rimau, Kabupaten Banyuasin.

Ethos

Ethos (Etika atau Kredibilitas): Elemen ini berhubungan dengan karakter inteligensi, dan niat baik yang dipersepsikan dari seorang pembicara. Pembicara yang efektif harus memiliki kredibilitas dan reputasi yang baik agar pendengar percaya pada apa yang disampaikan.

Berdasarkan hasil wawancara, narasumber HD dan WY menyatakan bahwa informasi yang di dapatkan melalui kampanye oleh paslon Tanti Retnowati S.I.P bersifat adanya penekanan untuk memilih paslon tersebut.

“Pas hadir itu saya mendengarkan saya sangat antusias mendengar dengan apa yang di sampaikan oleh beliau, mulai dari visi misi namun tetap memiliki nilai humor agar tidak membosankan. Saya merasa teryakini karena beliau memiliki attitude yang bagus, kerja beliau di pemerintahan sebelumnya juga cukup bagus dan latar pendidikan yang bagus. Saya dan warga lainnya senang karena adanya sesi tanya jawab antar warga dan paslon. Mendengar jawaban beliau atas semua pertanyaan warga, membuat saya semakin yakin untuk memberikan hak suara saya kepada beliau” (Hasil Wawancara HD, 2024).

“Pas dilakukanya kampanye oleh paslon Tanti Retnowati saya hadi, saya melihat cara berbicaranya itu sangat tegas dan berwibawa dalam menyampaikan visi misinya itu dapat membuat saya yakin untuk mengubah hak pilih saya, yang semulanya ke pslon lain, menjadi memutuskan untuk memilih beliau” (Hasil Wawancara WY, 2024)

“Saat saya berbicara dalam kampanye saya, saya dapat melihat ekspresi antusias mereka terhadap apa yang saya sampikan, itu membuat saya semakin semangat selama kampanye berlangsung. Terlebih lagi pada sesi tanya jawab banya dari warga yang bertanya terkhususnya mengenai keluhan mereka terhadap hal-hal yang belum terselesaikan oleh pemimpin sebelumnya. Menanggapi itu, saya menjawab semua pertanyaan mereka sesuai dengan visi, misi, dan berbekali latar pendidikan saya. Itu membuat mereka semakin percaya untuk memilih saya”. (Wawancara TR,2024)

Tiga wawancara narasumber yang di wawancarai menyatakan jawaban yang berbeda namun saling memiliki keterkaitan, dimana dua narasumber sebagai warga merasa percaya san teryakini atas semua yang di sampaikan paslon tersebut, dengan alasan latar pendidikan dan reputasi paslon tersebut dalam pemerintahan kecamatan. Sehingga ketikan dibahas seputar ethos , tiga narasumber menanggapi dengan pernyataan yang hampir sama, bahwa pentingnya mwmiliki prestasi, latar pendidikan yang tinggi, reputasi yang baik untuk menumbuhkan rasa kepercayaan dan memutuskan untuk memberikan hak suara.

Elemen ini berhubungan dengan karakter inteligensi, dan niat baik yang dipersepsikan dari seorang pembicara. Pembicara yang efektif harus memiliki kredibilitas

dan reputasi yang baik agar pendengar percaya pada apa yang disampaikan. Berdasarkan hasil wawancara, narasumber HD dan WY menyatakan bahwa informasi yang di dapatkan melalui kampanye oleh paslon Tanti Retnowati S.I.P bersifat adanya penekanan untuk memilih paslon tersebut.

Pathos

Pathos (Emosi): Elemen ini berhubungan dengan emosi yang muncul dari para pendengar. Pembicaraan yang efektif harus dapat mempengaruhi emosi pendengar dengan menggunakan bukti emosional yang relevan.

Berdasarkan hasil wawancara, narasumber HD dan WY menyatakan adanya penyampaian dari paslon tersebut yang menyetuh rasa emosional warga, terkhususnya saat membahas kondisi jalan atau infrastruktur lokasi setempat. Dikarenakan hal itu, terjadilah proses komunikasi antara paslon dan warga yang bersifat emosional sehingga hal itu dapat menumbuhkan kesadaran diri warga akan pentingnya perbaikan kondisi jalan atau infrastruktur demi kenyamanan bersama.

” Pada saat sesi tanya jawab ada salah satu warga yang menanyakan tentang kondisi infrastruktur di tempat tinggal kami, dan warga tersebut menyampaikan bahwa kondisi itu dapat mempersulitnya dalam mencari nafkah. Namun setelah mendapat jawaban dari paslon yang ternyata memiliki empati dan simpati yang tinggi dari keluhan masyarakat, membuat kami merasa lebih yakin bahwa kepemimpinan beliau akan lebih baik dari pemimpin sebelumnya, dan peka terhadap kondisi lingkungan yang menjadi keluh kesah warga” (Wawancara HD, 2024).

“Pada saat salah satu warga dari kami menyampaikan aspirasinya bawah infrastruktur yang ada di tempat kami sangat buruk kepada paslon tersebut, beliau menanggapi dengan penuh rasa simpati dan empati. Warga yang bertanya dan mendengarkannya sangat kagum atas jawaban yang di sampaikan paslon tersebut Mereka yakin bahwa paslon tersebut dapat memperbaiki wilayah kami menjadi lebih maju”. (Wawancara WY, 2024).

“Pada saat melakukan kampanye banyak warga yang menyampaikan keluh kesah terhadap saya dan kebetulan apa yang mereka keluhkan sesuai visi misi saya akan saya jalankan. Disini saya menerapkan strategi komunikasi yang menyentuh emosional mereka dalam jawaban saya tersebut. Dan alhamdulillah nya setelah mendengar kalimat yang saya sampaikan dengan penuh penekanan dan intonasi, dapat membuat mereka lebih puas dan lebih yakin dalam memilih saya” (Wawancara TR, 2024).

Elemen ini berhubungan dengan emosi yang muncul dari para pendengar. Pembicaraan yang efektif harus dapat mempengaruhi emosi pendengar dengan menggunakan bukti emosional yang relevan. Berdasarkan hasil wawancara, narasumber HD dan WY menyatakan adanya penyampaian dari paslon tersebut yang menyetuh rasa emosional warga, terkhususnya saat membahas kondisi jalan atau infrastruktur lokasi setempat. Dikarenakan hal itu, terjadilah proses komunikasi antara paslon dan warga yang bersifat emosional sehingga hal itu dapat menumbuhkan kesadaran diri warga akan pentingnya perbaikan kondisi jalan atau infrastruktur demi kenyamanan bersama. Tiga narasumber yang telah di wawancarai menyatakan bahwa emosi pada saat kampanye di lakukan dapat tersampaikan dengan baik antara warga dan paslon.

Logos

Logos (Logika): Elemen ini berhubungan dengan bukti logistik yang digunakan pembicara. Pembicara yang efektif harus dapat menggunakan argumentasi yang jelas dan logis untuk mempengaruhi pendengar.

Berdasarkan hasil wawancara, narasumber HD dan WY menyatakan adanya penyampaian dari paslon tersebut yang dapat membuat komunikator percaya dengan

paslon yang ikut kampanye.

” Pada saat kampanye ada warga yang protes atas visi misi Paslon karna mungkin di anggap akan sama seperti pemimpin sebelumnya, hanya sekedar janji manis untuk meminta warga agar memilih nya. Tetapi Paslon tersebut lebih menanggapi jawaban yang di dasari bukti logistik atau berdasarkan logika. Dengan begitu warga merasa di yakin kan untuk memilih Paslon tersebut” (Wawancara HD, 2024).

“Pada saat kampanye ada beberapa warga yang protes atas visi misi Paslon mereka tidak percaya dengan mu pembicara tanpa adanya penekanan bukti logistik dan berdasarkan logika yang membuat mereka percaya jadi Paslon menanggapi dengan penuh penekanan untuk membuat mereka percaya. Dengan begitu mereka yakin dan akan memilih Paslon tersebut nantinya” (Wawancara WY, 2024).

“Pada saat saya kampanye, saya melakukan penekanan pada bukti yang dapat membuat warga menjadi percaya dengan apa yang saya menyampaikan atas visi dan misi yang saya sampaikan kepada mereka. Agar mereka akan percaya terhadap kata-kata yang saya sampaikan kepada masyarakat sekitar”. (Wawancara HD, 2024).

Ketiga narasumber yang diwawancarai menyatakan hal yang saling berkaitan dimana mereka menyatakan bahwa dalam kampanye strategi komunikasinya harus disertakan bukti yang logistik berdasarkan logika agar masyarakat yakin untuk memberikan hak suaranya kepada para paslon tersebut.

Strategi Komunikasi Politik Dalam Pemenangan Calon Legislatif 2024

Berdasarkan hasil wawancara diatas, strategi komunikasi tim sukses partai demokrasi Indonesia perjuangan (PDIP) dalam pemenangan pemilu legislatif 2024. Strategi komunikasi paslon, atau strategi komunikasi politik, merujuk pada cara-cara yang digunakan oleh Calon Legislatif dalam berkomunikasi dengan masyarakat, khususnya generasi Z dan milenial, untuk meningkatkan kesadaran, partisipasi, dan dukungan mereka dalam pemilihan umum. Strategi ini dilakukan dengan berkampanye kepada masyarakat setempat dengan menyebutkan visi dan misi yang akan dijalankan jika paslon tersebut terpilih. Banyak penyampaian yang di lakukan oleh paslon agar masyarakat percaya dan yakin untuk memilih paslon tersebut.

1. Kampanye Online: Kampanye online adalah strategi komunikasi politik yang digunakan tim sukses Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) untuk mempromosikan visi dan misi partai, serta meningkatkan kesadaran dan kepartaian rakyat. Dalam konteks ini, tim sukses PDIP menggunakan media sosial sebagai platform digital yang luas untuk mencapai lebih banyak orang dan meningkatkan kesadaran tentang partai dan visi misinya.

Kampanye online melibatkan berbagai aktivitas, seperti postingan di media sosial, penggunaan hashtag, dan pengiriman email. Tim sukses PDIP menggunakan media sosial untuk membagikan informasi tentang partai dan visi misinya, serta untuk meningkatkan kesadaran dan kepartaian rakyat melalui konten yang relevan dan menarik. Dengan demikian, tim sukses PDIP dapat mencapai lebih banyak orang dan meningkatkan kesadaran tentang partai dan visi misinya melalui platform digital yang luas. Kampanye online juga memungkinkan tim sukses PDIP untuk berinteraksi secara langsung dengan masyarakat melalui komentar dan balasan di media sosial. Dengan demikian, tim sukses PDIP dapat membangun relasi dengan masyarakat dan meningkatkan kesadaran dan kepartaian rakyat melalui dialog yang lebih efektif.

Selain itu, kampanye online juga memungkinkan tim sukses PDIP untuk memantau dan mengukur dampak kampanye secara lebih efektif. Dengan demikian, tim sukses PDIP dapat menyesuaikan strategi kampanye secara lebih cepat dan efektif untuk mencapai tujuan partai. Dalam penelitian ini, strategi kampanye online digunakan sebagai salah satu

elemen penting dalam strategi komunikasi politik tim sukses PDIP. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa kampanye online dapat menjadi strategi komunikasi politik yang efektif dalam meningkatkan kesadaran dan kepartaian rakyat, serta mempromosikan visi dan misi partai.

2. Kampanye Offline: Kampanye offline adalah strategi komunikasi politik yang digunakan tim sukses Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) untuk mempromosikan visi dan misi partai, serta meningkatkan kesadaran dan kepartaian rakyat. Dalam konteks ini, tim sukses PDIP melakukan kampanye offline melalui berbagai kegiatan, seperti pertemuan dengan masyarakat, diskusi, dan acara-acara lainnya.

Kampanye offline memungkinkan tim sukses PDIP untuk berinteraksi secara langsung dengan masyarakat, membangun relasi, dan meningkatkan kesadaran melalui interaksi yang lebih personal. Dalam pertemuan dengan masyarakat, tim sukses PDIP dapat berkomunikasi secara langsung dengan rakyat dan mendengar kebutuhan dan harapan mereka. Dengan demikian, tim sukses PDIP dapat membangun relasi yang lebih dekat dengan masyarakat dan meningkatkan kesadaran melalui dialog yang lebih efektif. Diskusi dan acara-acara lainnya juga menjadi bagian penting dari kampanye offline. Diskusi memungkinkan tim sukses PDIP untuk membahas isu-isu yang relevan dan mendapatkan umpan balik langsung dari masyarakat. Acara-acara lainnya seperti pertemuan dengan masyarakat, konferensi pers, dan pertemuan dengan tokoh masyarakat, memungkinkan tim sukses PDIP untuk membangun relasi dan meningkatkan kesadaran melalui interaksi yang lebih personal.

Kampanye offline juga memungkinkan tim sukses PDIP untuk menggunakan media offline seperti spanduk, baligho, dan papan reklame untuk mempromosikan visi dan misi partai. Dengan demikian, tim sukses PDIP dapat mencapai lebih banyak orang dan meningkatkan kesadaran tentang partai dan visi misinya melalui platform yang lebih luas. Dalam penelitian ini, strategi kampanye offline digunakan sebagai salah satu elemen penting dalam strategi komunikasi politik tim sukses PDIP. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa kampanye offline dapat menjadi strategi komunikasi politik yang efektif dalam meningkatkan kesadaran dan kepartaian rakyat, serta mempromosikan visi dan misi partai.

3. Koordinasi dengan Masyarakat: Koordinasi dengan masyarakat adalah strategi komunikasi politik yang digunakan tim sukses Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) untuk mempromosikan visi dan misi partai, serta meningkatkan kesadaran dan kepartaian rakyat. Dalam konteks ini, tim sukses PDIP melakukan koordinasi dengan masyarakat melalui berbagai kegiatan, seperti pertemuan dengan masyarakat, diskusi, dan acara-acara lainnya.

Koordinasi dengan masyarakat membantu tim sukses PDIP untuk memahami kebutuhan dan harapan masyarakat, serta meningkatkan kesadaran dan kepartaian melalui dialog yang lebih efektif. Dengan demikian, tim sukses PDIP dapat membangun relasi yang lebih dekat dengan masyarakat dan meningkatkan kesadaran melalui interaksi yang lebih personal.

Dalam penelitian ini, koordinasi dengan masyarakat digunakan sebagai salah satu elemen penting dalam strategi komunikasi politik tim sukses PDIP. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa koordinasi dengan masyarakat dapat menjadi strategi komunikasi politik yang efektif dalam meningkatkan kesadaran dan kepartaian rakyat, serta mempromosikan visi dan misi partai.

4. Penggunaan Media Massa: Penggunaan Media Massa: Tim sukses Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) menggunakan media massa untuk mempromosikan visi

dan misi partai, serta meningkatkan kesadaran dan kepartaian rakyat. Dalam konteks ini, media massa seperti surat kabar, radio, dan televisi memungkinkan tim sukses PDIP untuk mencapai lebih banyak orang dan meningkatkan kesadaran melalui platform yang lebih luas.

Penggunaan media massa sebagai strategi komunikasi politik sangat penting karena memungkinkan partai untuk mencapai lebih banyak orang dan meningkatkan kesadaran melalui platform yang lebih luas. Media massa seperti surat kabar, radio, dan televisi memungkinkan partai untuk mempromosikan visi dan misi partai, serta meningkatkan kesadaran dan kepartaian rakyat melalui berbagai cara seperti berita, iklan, dan acara-acara lainnya. Dalam penelitian ini, penggunaan media massa digunakan sebagai salah satu elemen penting dalam strategi komunikasi politik tim sukses PDIP. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media massa dapat menjadi strategi komunikasi politik yang efektif dalam meningkatkan kesadaran dan kepartaian rakyat, serta mempromosikan visi dan misi partai.

Penggunaan media massa juga memungkinkan tim sukses PDIP untuk menggunakan berbagai cara untuk mempromosikan visi dan misi partai, seperti berita, iklan, dan acara-acara lainnya. Dengan demikian, tim sukses PDIP dapat mencapai lebih banyak orang dan meningkatkan kesadaran melalui platform yang lebih luas.

Dalam penelitian ini, penggunaan media massa digunakan sebagai salah satu elemen penting dalam strategi komunikasi politik tim sukses PDIP. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media massa dapat menjadi strategi komunikasi politik yang efektif dalam meningkatkan kesadaran dan kepartaian rakyat, serta mempromosikan visi dan misi partai.

Kampanye politik adalah aktivitas yang melibatkan berbagai strategi, termasuk pemasangan spanduk dan baliho, penyampaian pidato dan presentasi, hingga partisipasi dalam debat publik. Langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam kampanye politik yaitu membangun branding di media sosial, mengetahui prinsip Positioning yang tepat, mengutamakan riset dan analisis, aktif terhubung di media sosial, menyediakan platform website khusus.

KESIMPULAN

Pemilihan umum 2024 yang dilakukan secara bersamaan untuk pilpres dan pemilihan anggota legislatif telah menarik perhatian masyarakat Indonesia. Dalam konteks ini, Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI Perjuangan) sebagai salah satu partai politik yang aktif dalam politik Indonesia, telah mencalonkan TANTI RETNOWATI S.I.P sebagai calon DPRD Kabupaten Banyuasin Dapil Tungkal Ilir, Betung, Suak Tapeh, Selat Penuguhan, Pulau Rimau, Kabupaten Banyuasin. Dalam upaya memenangkan pemilihan legislatif, PDI Perjuangan telah mengembangkan strategi komunikasi politik yang efektif untuk menarik simpati masyarakat dan meningkatkan elektabilitas calon legislatif.

Strategi komunikasi politik yang digunakan oleh PDI Perjuangan meliputi berbagai cara, seperti kampanye langsung, penggunaan media massa, serta turun langsung ke masyarakat. Dalam strategi ini, tim sukses PDI Perjuangan memainkan peran penting dalam mengkomunikasikan program-program kerja kepada masyarakat dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya partai politik dalam proses demokrasi. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi politik tim sukses PDI Perjuangan dalam kemenangan calon legislatif dan mengetahui bagaimana PDI Perjuangan menggunakan retorika dalam strategi komunikasi politiknya untuk meningkatkan elektabilitas calon legislatif.

1. Kampanye Online: Tim sukses PDIP menggunakan media sosial untuk mempromosikan visi dan misi partai, serta meningkatkan kesadaran dan kepartaian rakyat. Dengan demikian, tim sukses PDIP dapat mencapai lebih banyak orang dan meningkatkan kesadaran tentang partai dan visi misinya melalui platform digital yang luas.
2. Kampanye Offline: Tim sukses PDIP melakukan kampanye offline melalui berbagai kegiatan, seperti pertemuan dengan masyarakat, diskusi, dan acara-acara lainnya. Kampanye offline ini memungkinkan tim sukses PDIP untuk berinteraksi secara langsung dengan masyarakat, membangun relasi, dan meningkatkan kesadaran melalui interaksi yang lebih personal.
3. Koordinasi dengan Masyarakat: Tim sukses PDIP melakukan koordinasi dengan masyarakat melalui berbagai kegiatan, seperti pertemuan dengan masyarakat, diskusi, dan acara-acara lainnya. Koordinasi ini membantu tim sukses PDIP untuk memahami kebutuhan dan harapan masyarakat, serta meningkatkan kesadaran dan kepartaian melalui dialog yang lebih efektif.
4. Penggunaan Media Massa: Tim sukses PDIP menggunakan media massa untuk mempromosikan visi dan misi partai, serta meningkatkan kesadaran dan kepartaian rakyat. Media massa seperti surat kabar, radio, dan televisi memungkinkan tim sukses PDIP untuk mencapai lebih banyak orang dan meningkatkan kesadaran melalui platform yang lebih luas.

Dengan menggunakan strategi komunikasi yang terintegrasi dan efektif, tim sukses PDIP dapat meningkatkan kesadaran dan kepartaian rakyat, serta mempromosikan visi dan misi partai dalam kemenangan Pemilu Legislatif di Kabupaten Banyuasin Kecamatan Tungkal Ilir

Dampak dari ethos yang kuat terhadap hasil pemilihan umum dapat dilihat melalui beberapa aspek:

1. Kredibilitas: Etos yang kuat memberikan kredibilitas pada mencalonkan TANTI RETNOWATI S.I.P, sehingga warga banyuasin percaya dan yakin atas apa yang disampaikan. Kredibilitas ini memungkinkan TANTI RETNOWATI S.I.P, untuk mempengaruhi pendapat warga dan meningkatkan kesadaran mereka terhadap visi dan misi yang diusulkan.
2. Kepercayaan: Etos yang kuat juga meningkatkan kepercayaan warga terhadap TANTI RETNOWATI S.I.P. Kepercayaan ini memungkinkan warga desa Banyuasin untuk menghormati TANTI RETNOWATI S.I.P, dan memutuskan untuk memilihnya. Kepercayaan ini dapat diperoleh melalui prestasi politikus sebelumnya, latar pendidikan yang bagus, dan reputasi yang baik.
3. Pengaruh Emosional: Etos yang kuat juga mempengaruhi emosi warga. TANTI RETNOWATI S.I.P, yang memiliki etos yang kuat dapat membangkitkan rasa hormat, simpati, dan empati pada warga. Hal ini memungkinkan warga untuk lebih sadar akan pentingnya perbaikan kondisi jalan atau infrastruktur demi kenyamanan bersama.
4. Pengaruh Logis: Etos yang kuat juga mempengaruhi argumentasi logis yang disampaikan politikus. Politikus yang memiliki etos yang kuat dapat menggunakan argumentasi yang jelas dan logis dalam penyampaian visi dan misi, sehingga warga merasa dijamin dan percaya dengan apa yang disampaikan.

Dengan demikian, etos yang kuat memiliki dampak yang signifikan terhadap hasil pemilihan umum. Politikus yang memiliki etos yang kuat dapat meningkatkan kredibilitas, kepercayaan, dan pengaruh emosional pada warga, serta menggunakan argumentasi logis

yang efektif. Hal ini memungkinkan politikus untuk mempengaruhi pendapat warga dan meningkatkan kesadaran mereka terhadap visi dan misi yang diusulkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abella, A. (2008). *Soldier of Reason: The RAND Corporation and the Rise of the American Empire*. New York: Harcourt.
- Affan. (2015). *Demokrasi, Partai Politik, dan Pemilihan Kepala Daerah*.
- Agus, Ansori Zakaria, (2019). *Rasionalitas Partai Politik Dalam Penentuan Calon Anggota Legislator Lombok Tengah 2019*. *Jurnal Kajian Politik Islam*, Vol II.
- Anand, P. (1993). *Foundations of Rational Choice Under Risk*. Oxford.
- Asrinaldi dan Kusdarini. (2005). *Prefensi dan Rasionalisasi Pilihan Politik Perempuan Minang Dipertanian Pada Perilaku Pemilih Dalam Pemilihan Umum*.
- Astanti, D. (2016). *Rasionalitas Politik Pemilih Pemula Di Tegalsari Surabaya*. Vol 04 No. 01.
- Budiarjo, M. (2008). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Cangara, H. (2009). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo persada.
- G. (2019). *Mendagri Nilai Masa Kampanye Pemilu 2019 Terlalu Lama*. Kompas.Com.
- Irwanto. (2016). *Pilkada Musi Banyuasin, 1 Pasang diusung 11 partai lawan independen*. Sekayu: Merdeka.co.id.
- Isharyanto. (2017). *Partai Politik, Ideologi, dan Kekuasaan*. Yogyakarta: Absolute Media. Mudzakkir
- M, Astanti Dian, (2016). *Rasionalitas Politik Pemilih Pemula Di Tegalsari Surabaya*. *Paradigma*, Vol. 04, No. 01.
- nilai-masa-kampanye-pemilu-2019-terlalu-lamaSari, M. (2020). *VISI DAN MISI PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA(PSI) DALAM PERSPEKTIF SIYASAH*. *Pengukuran Efektivitas Penggunaan Media Baliho Pada Pemilihan Umum 2019 Terhadap Generasi Milenial*. *SENADA (Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur)*, 2, 237–241.
- Political Impression Management Through Direct and Indirect Mediated Communication: The 2014/2015 Croatian Presidential Elections*. *Drustvena Istrazivanja*, 26(4), 539–560. <https://doi.org/10.5559/di.26.4.05>Sutarini, I. A. (2019).
- Priana, A. (2020). *Efektivitas Iklan Baliho Grace Natalie Dalam Meningkatkan Citra Diri Sebagai Ketua Umum Partai Solidaritas Indonesia Tahun 2019*. *Commed: Jurnal Komunikasi Dan Media*, 4(2), 108–122.
- Putra, A. P. (2019). *5Fakta Pemilu 2019, dari Jumlah Caleg, Pemilih hingga TPS*. IDNTimes.
- Ramadhan, D. I. (2019). *3 Kader PSI Diprediksi Lolos ke DPRDKota Bandung*.
- Richard S. Katz, W. C. (2006). *Handbook of Politic Party*. London: SAGE Publications.
- UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG.Simunjak, M. (2017).