

PUBLIC RELATION POLITIK DALAM STRATEGI ADVOKASI DI MEDIA MASSA

Winda Kustiawan¹, Husnia Amro Br Sinaga², Nur Azmi Fauzizah³, Irma Oktavia⁴,
Dwiva Ramadani Ginting⁵, Mhd Aziz Syahridani⁶
windakustiawan@gmail.com¹, amrokatamsii@gmail.com², nurazmifauzizah04@gmail.com³,
irmaoktavia110@gmail.com⁴, dwivaramadani16@gmail.com⁵, azizsyahridani@gmail.com⁶
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

ABSTRAK

Public Relation Politik merupakan instrumen penting dalam membangun dan mempertahankan citra positif serta hubungan antara aktor politik dengan publik dan pemangku kepentingan. Dalam konteks advokasi, PR digunakan untuk menginformasikan, mempengaruhi, dan menggerakkan opini publik serta mendapatkan dukungan bagi kebijakan atau isu tertentu, Strategi advokasi melalui PR politik melibatkan berbagai taktik komunikasi, seperti media relations, kampanye media sosial, *press relase*, konferensi pers, serta lobi kepada pembuatan kebijakan. Penelitian ini menyoroti efektifitas PR politik dalam mengarahkan perhatian publik dan memobilisasi dukungan, serta tantangan yang dihadapi dalam menjaga kredibilitas dan kepercayaan di era informasi digital. Penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan strategi advokasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan PR politik dalam menyusun narasi yang meyakinkan, membangun koalisi, dan responsif terhadap dinamika isu yang berkembang. Advokasi muncul karena kegagalan negara dalam menjalankan fungsinya mewujudkan keadilan sosial dalam masyarakat. Advokasi Public Relation tersasar kepada seluruh bidang yang berkaitan dalam hal menjaga reputasi. Strategi komunikasi dalam *Public Relation* (PR) politik sangat penting karena membantu membentuk persepsi publik, membangun reputasi, dan memengaruhi opini publik. Komunikasi publik berperan penting dalam berbagai bidang, termasuk pemerintahan, bisnis, organisasi nirlaba, politik, dan advokasi sosial. Advokasi dalam PR politik memiliki tujuan yang kompleks dan beragam. Tujuan ini mencerminkan upaya untuk mempengaruhi kebijakan publik, membentuk opini publik, dan menggerakkan aksi kolektif untuk perubahan.

Kata kunci: Politik, Advokasi, Media Massa.

ABSTRACT

Public Relations Politics is an important instrument in building and maintaining a positive image and the relationship between political actors and the public and stakeholders. In the context of advocacy, PR is used to inform, influence, and move public opinion and get support for certain policies or issues, Advocacy strategies through political PR involve various communication tactics, such as media relations, social media campaigns, press relations, press conferences, and lobbying for policy making. This research highlights the effectiveness of political PR in directing public attention and mobilizing support, as well as the challenges faced in maintaining credibility and trust in the digital information era. This study shows that the success of advocacy strategies is greatly influenced by the ability of political PR to compose a convincing narrative, build coalitions, and be responsive to the dynamics of developing issues. Advocacy arises because of the state's failure to carry out its function of realizing social justice in society. Public Relations Advocacy is targeted at all related fields in terms of maintaining reputation. Communication strategies in political public relations (PR) are very important because they help shape public perception, build reputation, and influence public opinion. Public communication plays an important role in a variety of fields, including government, business, nonprofits, politics, and social advocacy. Advocacy in political PR has complex and diverse goals. This goal reflects efforts

to influence public policy, shape public opinion, and mobilize collective action for change.
Keywords: *Political, Advocacy, Mass Media*

PENDAHULUAN

Pada saat ini media massa sering sekali berkaitan dengan *Public Relation* (PR), yang menjadi tugas kehumasan atau PR sebagai seorang yang memberikan suatu dorongan dalam menggerakkan feedback komunikasi dan memperoleh citra yang baik. Media massa juga sangat penting bagi institusi di masyarakat, media massa digunakan PR atau Humas Pemerintah untuk memberikan informasi.

Dalam sebuah organisasi atau perusahaan, advokasi dalam bahasa diartikan sebagai membela. Pada saat ini istilah advokasi telah banyak dimengerti dan dikenal masyarakat, sebab advokasi ini sudah tersebar luas di media massa, dan sangat akrab dikalangan kaum pergerakan. Advokasi adalah salah satu upaya dalam memotivasi perubahan sosial mencapai masyarakat yang berkeadilan.

Dalam mengadvokasi PR perlu mengimplementasikan sikap profesionalisme yang mumpuni. Maka dari itu advokasi *Public Relation* tersasar kepada seluruh bidang yang berkaitan dalam hal menjaga reputasi. Pada literatur sosial, advokasi secara umum dapat didefinisikan sebagai serangkaian dorongan sistematis, terstruktur, teratur yang dilaksanakan secara sadar, sebagai memotivasi perubahan sosial dalam bentuk sistem yang tersedia.

Secara teoretik, penegakan hukum, pemberantasan kemiskinan, buta huruf, pengentasan kemiskinan, dan lainnya, merupakan tanggung jawab negara. Namun karena negara gagal, bahkan dalam banyak kasus, negara justru menjadi aktornya, maka muncullah berbagai persoalan masyarakat.

Advokasi muncul karena kegagalan negara dalam menjalankan fungsinya mewujudkan keadilan sosial dalam masyarakat. Bahkan seringkali, negara menjadi bagian dari pelaku dari ketidakadilan sosial tersebut. Jika negara menjadi bagian dari pelaku, maka secara tak terelakkan LSM, masyarakat, atau mahasiswa berhadapan dengan negara.

Komunikasi publik adalah suatu proses yang melibatkan penyampaian informasi, gagasan, dan pesan kepada khalayak umum atau masyarakat luas. Tujuannya adalah untuk mempengaruhi persepsi, sikap, dan perilaku audiens dengan menggunakan berbagai saluran komunikasi yang tersedia. Komunikasi publik berperan penting dalam berbagai bidang, termasuk pemerintahan, bisnis, organisasi nirlaba, politik, dan advokasi sosial. Menurut Jun salah satu tujuan utama komunikasi publik adalah untuk membentuk dan mempengaruhi opini publik. Ini dapat dilakukan melalui penyampaian informasi yang akurat dan terpercaya, serta melalui pendekatan persuasif yang efektif. Dalam konteks pemerintahan, komunikasi publik digunakan untuk menjelaskan kebijakan publik, mempromosikan program-program pemerintah, dan membangun kepercayaan antara pemerintah dan masyarakat.

Perkembangan PR politik tidak bisa dilepaskan dari evolusi media massa dan teknologi komunikasi. Pada awalnya, komunikasi politik dilakukan secara langsung dan terbatas, namun dengan berkembangnya media cetak, radio, televisi, dan internet, cara komunikasi politik berubah secara drastis. Teknologi modern memungkinkan penyebaran pesan politik secara cepat dan luas, sehingga meningkatkan pentingnya peran PR dalam mengelola komunikasi dan citra politik.

Peran *Public Relation* Politik adalah untuk mempertahankan citra. PR Politik bertanggung jawab untuk membangun dan mempertahankan citra positif dari entitas politik yang diwakilinya. Hal tersebut termasuk kedalam persepsi publik melalui media, kampanye bahkan event politik. Mengatur komunikasi antara entitas politik dan publik, termasuk merancang pesan, memilih saluran komunikasi yang tepat dan memastikan pesan disampaikan secara konsisten. Mengatasi krisis maupun kontroversi, PR politik juga memainkan peran penting dalam mengelola situasi, hal ini melibatkan mitigasi dampak negatif, penyampaian informasi yang akurat, serta pemulihan citra. Meningkatkan partisipasi publik atau mendorong partisipasi dan dukungan publik melalui

kampanye yang informatif dan persuasif.

Strategi komunikasi dalam public relation (PR) politik sangat penting karena membantu membentuk persepsi publik, membangun reputasi, dan memengaruhi opini publik. Strategi ini mencakup beberapa aspek penting, yakni *pertama* konteks politik dan sosial yakni perubahan sosial dan politik. Perkembangan politik dan perubahan sosial memengaruhi bagaimana pesan disampaikan. Contohnya, pergeseran kekuatan politik, perubahan demografi, dan tren sosial memerlukan adaptasi dalam strategi komunikasi. Kemudian Konteks Media, Evolusi media dari media tradisional ke media digital dan sosial menciptakan platform baru untuk komunikasi dan interaksi dengan publik.

Kedua, tujuan komunikasi yakni membangun citra positif. Salah satu tujuan utama adalah membangun dan mempertahankan citra positif tokoh politik atau partai. Kemudian mengelola Krisis, PR politik harus siap menghadapi dan mengelola krisis, termasuk skandal atau isu kontroversial, untuk meminimalisir dampak negatif pada reputasi. Kemudian mempengaruhi Opini Publik, Komunikasi politik bertujuan untuk mempengaruhi opini dan persepsi publik terhadap isu-isu tertentu.

Ketiga, audien dan stakeholders yakni identifikasi audien. Strategi komunikasi harus didasarkan pada pemahaman mendalam tentang audiens yang dituju, termasuk demografi, preferensi, dan perilaku mereka. Interaksi dengan Stakeholders: Melibatkan pemangku kepentingan yang berbeda, seperti media, pemilih, donor, dan kelompok kepentingan, sangat penting untuk keberhasilan strategi PR politik.

Advokasi dalam PR politik memiliki tujuan yang kompleks dan beragam. Tujuan ini mencerminkan upaya untuk mempengaruhi kebijakan publik, membentuk opini publik, dan menggerakkan aksi kolektif untuk perubahan. Berikut adalah beberapa tujuan advokasi dalam PR politik:

- a. Mempengaruhi Kebijakan Publik: Salah satu tujuan utama advokasi adalah mempengaruhi pembentukan, perubahan, atau penerapan kebijakan publik yang dianggap penting oleh kelompok atau entitas politik. Advokasi berusaha mengarahkan kebijakan ke arah yang diinginkan melalui lobbying, kampanye publik, dan hubungan dengan pembuat kebijakan.
- b. Membentuk Opini Publik: Advokasi bertujuan untuk membentuk opini publik tentang isu-isu tertentu. Dengan menyebarkan informasi dan argumen yang mendukung pandangan mereka, pelaku advokasi berusaha mendapatkan dukungan masyarakat luas, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi keputusan politik.
- c. Menggerakkan Aksi Kolektif: Advokasi sering kali berusaha menggerakkan masyarakat untuk bertindak, baik melalui partisipasi dalam demonstrasi, kampanye tanda tangan, atau aksi lainnya yang mendukung tujuan advokasi. Mobilisasi massa ini dapat memberikan tekanan tambahan kepada pembuat kebijakan.
- d. Meningkatkan Kesadaran Isu: Tujuan advokasi termasuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu-isu yang mungkin kurang dikenal atau dipahami. Dengan meningkatkan kesadaran, advokasi dapat membangun basis dukungan yang lebih luas untuk perubahan.
- e. Menggalang Dukungan dan Solidaritas: Advokasi berfungsi untuk menggalang dukungan dari berbagai kelompok masyarakat, organisasi, dan individu yang memiliki kepentingan yang sama. Solidaritas ini memperkuat posisi advokasi dan membantu menciptakan koalisi yang lebih kuat.
- f. Mengatasi Ketidakadilan Sosial: Advokasi sering kali berfokus pada mengatasi ketidakadilan sosial dan memperjuangkan hak-hak kelompok yang terpinggirkan atau terabaikan. Ini termasuk advokasi untuk hak-hak sipil, kesetaraan gender, perlindungan lingkungan, dan isu-isu hak asasi manusia lainnya.
- g. Memperkuat Partisipasi Demokratis: Advokasi bertujuan untuk memperkuat partisipasi demokratis dengan mendorong keterlibatan masyarakat dalam proses politik. Ini dapat mencakup pendidikan pemilih, mendorong partisipasi dalam pemilu, dan mempromosikan transparansi serta akuntabilitas pemerintah.

- h. Memanfaatkan Media untuk Pengaruh: Advokasi menggunakan berbagai media, termasuk media massa dan media sosial, untuk menyebarkan pesan mereka dan mempengaruhi opini publik. Strategi komunikasi yang efektif dapat meningkatkan jangkauan dan dampak advokasi.
- i. Tujuan advokasi dalam PR politik mencerminkan upaya untuk membawa perubahan yang signifikan melalui pengaruh politik dan sosial. Dengan strategi yang tepat, advokasi dalam PR politik dapat menjadi alat yang kuat untuk mendorong perubahan yang positif dan berkelanjutan dalam masyarakat

Membangun dan memelihara hubungan dengan media adalah bagian penting dari strategi komunikasi dan hubungan masyarakat (public relations) bagi organisasi. Berikut adalah alasan mengapa ini penting:

1. Meningkatkan Kesadaran dan Citra: Media memiliki jangkauan luas dan dapat membantu organisasi mencapai audiens yang lebih besar. Hubungan yang baik dengan media dapat menghasilkan liputan positif, memperkuat citra merek, dan meningkatkan kesadaran publik tentang produk atau layanan.
2. Pengelolaan Krisis: Ketika krisis terjadi, memiliki hubungan yang baik dengan media dapat membantu organisasi mengendalikan narasi dan memberikan informasi yang akurat kepada publik. Media dapat berperan sebagai saluran komunikasi yang efektif untuk menyampaikan respons organisasi dengan cepat.
3. Membangun Kepercayaan dan Kredibilitas: Liputan media yang positif dapat meningkatkan kredibilitas organisasi di mata publik. Wartawan lebih cenderung mempercayai dan meliput organisasi yang mereka kenal dan hormati.
4. Pemasaran dan Promosi: Hubungan yang baik dengan media memungkinkan organisasi untuk mempromosikan acara, produk baru, atau kampanye melalui saluran yang terpercaya. Media coverage dapat memberikan visibilitas yang signifikan tanpa biaya iklan yang tinggi.
5. Mempengaruhi Opini Publik: Media memiliki kekuatan untuk membentuk opini publik. Dengan memiliki hubungan yang baik, organisasi dapat menyampaikan pesan-pesan yang penting dan relevan untuk mempengaruhi persepsi dan tindakan audiens.
6. Networking dan Kesempatan Kolaborasi: Membangun hubungan dengan media sering kali membuka peluang untuk kolaborasi dan kemitraan. Wartawan dan media bisa menjadi sumber informasi dan wawasan yang berharga bagi perkembangan bisnis dan strategi komunikasi.
7. Mengikuti Tren dan Isu: Hubungan dengan media membantu organisasi tetap up-to-date dengan tren dan isu terkini yang relevan dengan industri mereka. Media bisa memberikan informasi tentang perubahan dalam opini publik atau peraturan yang dapat mempengaruhi organisasi
8. Membangun hubungan dengan media memerlukan pendekatan yang proaktif dan berkelanjutan. Ini termasuk menjaga komunikasi yang terbuka, menyediakan informasi yang relevan dan bermanfaat, serta menghargai etika dan profesionalisme dalam interaksi dengan media.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif melalui studi pustaka (library

research), yakni teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari dan mengumpulkan berbagai teori dari berbagai referensi yang berkaitan dengan penelitian ini. Sumber tersebut didapatkan dari berbagai buku, jurnal, riset terdahulu penelitian terdahulu, dan browsing internet. Terdapat empat tahap yang dilakukan dalam penelitian studi pustaka, yakni mempersiapkan alat yang diperlukan, menyiapkan berbagai sumber, mengatur waktu, kemudian mengeksekusi dengan cara memahami, membaca lalu menyimpulkan. Bahan pustaka yang didapat tersebut dianalisis secara kritis dan mendalam untuk dapat dijadikan sebagai bahan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi dan Peran Public Relation Politik

Ada banyak definisi dari kata "publik" atau masyarakat. Dalam bidang administrasi publik, kata "publik" berasal dari kata bahasa Inggris "public", yang menunjukkan bangsa, masyarakat, atau negara (I. K. Syafiie, 2006). Publik didefinisikan dalam ilmu komunikasi sebagai kumpulan individu yang memiliki minat yang sama terhadap suatu topik yang diperdebatkan. Publik juga dapat merujuk pada kumpulan individu yang memiliki kepedulian yang sama terhadap suatu isu atau hal tertentu. Lebih dari sekadar publik, frasa "publik" (Syam, 2010). Sebagai fungsi manajemen yang unik, PR membantu dalam pengembangan dan pemeliharaan saluran komunikasi dua arah, saling pengertian, penerimaan, dan kerja sama antara organisasi atau perusahaan dan publik. Fungsi ini juga membantu dalam pemecahan masalah, mendefinisikan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan masyarakat, membantu manajemen mengikuti dan memanfaatkan perubahan, bertindak sebagai pelopor tren dan menggunakan penelitian, komunikasi yang masuk akal, dan etis sebagai sarana utamanya.

Melayani kepentingan publik dengan menarik perhatian pada berbagai masalah adalah tujuan dari hubungan masyarakat politik. Humas politik adalah bagian dari hubungan masyarakat yang berfokus pada pengembangan hubungan dengan khalayak internal dan eksternal organisasi dalam lingkungan politik. Hal ini dilakukan dengan memanfaatkan sumber daya dan komponen politik untuk mengelola berbagai isu dan menarik perhatian. PR politik dilakukan secara metodis, strategis, dan dengan tujuan untuk mencapai pemahaman dengan pemangku kepentingan yang berbeda untuk memajukan tujuan politik organisasi (Hendra Hidayat, 2021). PR politik yang juga terlibat dalam organisasi atau individu lain untuk mencapai tujuan politik dikenal sebagai hubungan masyarakat politik. Hal ini melibatkan upaya membujuk publik melalui komunikasi untuk mempengaruhi dan membentuk, membangun dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan satu sama lain, serta memenangkan rasa hormat dan kepercayaan publik untuk memenuhi visi, misi, dan tujuan yang telah ditetapkan (Asep Rosidin, 2020). Public relations politik yang berikutnya adalah Hubungan Politik dengan Masyarakat: Kunci utama dari strategi ini adalah bekerja di depan publik, di mana para pemimpin daerah atau politisi harus terlihat berkolaborasi secara langsung dengan masyarakat (Pissa, 2022). Dalam konteks politik Indonesia, politik memainkan sejumlah peran penting. Berikut adalah beberapa contohnya.:

- 1) Manajemen tema: membantu menciptakan tema-tema politik yang sesuai dengan budaya komunikasi politik dan mengemasnya untuk disebarluaskan kepada publik.
- 2) Mempengaruhi Opini Media: membantu membujuk media secara langsung untuk menghasilkan cerita yang menggembarakan.
- 3) Memperoleh Dukungan Politik: Mencoba mendapatkan dukungan dari semua faksi politik.
- 4) Mengembangkan Hubungan Positif: Anda harus mampu membangun dan mempertahankan hubungan politik yang positif dengan para pemain politik lainnya.
- 5) Menciptakan Suasana Positif atau Perhatian: informasi mengenai kampanye, visi, misi, dan program harus terus dilakukan di berbagai lini.
- 6) Meraih Dukungan Publik: membantu tokoh dan partai politik dalam berinteraksi dengan publik dengan menggunakan strategi dan instrumen termasuk lobi, perencanaan acara, dan hubungan media.

- 7) Menciptakan Kohesi dan Soliditas Internal: Sebuah organisasi dapat memperkuat kohesi internalnya dengan melaksanakan proyek-proyek pelayanan publik internal.
- 8) Membangun hubungan yang konstruktif dengan para pemangku kepentingan eksternal untuk menggali dukungan bagi berbagai upaya dan tujuan organisasi tertentu biasanya disebut sebagai "menjembatani hubungan organisasi dengan masyarakat."
- 9) Memperoleh Informasi Baru: menyelidiki, mengembangkan, mengumpulkan, dan membuat rekomendasi tentang berbagai tantangan dan dinamika politik yang baru muncul.
- 10) Mengenali Kelemahan dan Kekuatan: mengevaluasi peluang, kelemahan, dan kekuatan organisasi serta tantangan yang dihadapi ketika berhubungan dengan berbagai pemangku kepentingan (Erlita, 2015).

Strategi Komunikasi Public Relation Politik

Strategi komunikasi public relations (PR) politik adalah proses komunikasi strategis yang digunakan oleh politisi dan partai politik untuk membangun citra positif dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap visi dan misi mereka. Strategi komunikasi Public Relations dalam politik adalah rangkaian kegiatan dan pendekatan yang digunakan oleh politisi, partai politik, atau pemerintah untuk membangun, memelihara, dan memperbaiki citra mereka dimata publik serta untuk menyampaikan pesan-pesan politik secara efektif.

Berikut beberapa strategi yang dapat digunakan:

1. **Public Relation Digital**
Menggunakan media massa untuk meningkatkan kesadaran masyarakat oleh politisi merupakan strategi yang efektif untuk menyampaikan informasi, mempengaruhi opini publik, dan membangun citra. Strategi ini melibatkan penggunaan media sosial dan teknologi digital untuk meningkatkan exposure dan membangun citra positif. Dengan menggunakan alat seperti media relations, lobbying, dan event management, politisi dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan kesadaran masyarakat. Politisi juga dapat membangun dan meningkatkan citra positif mereka, menjangkau audiens yang lebih luas, dan memperkuat hubungan dengan konstituen.
2. **Optimasi Komunikasi Dua Arah**
Optimasi komunikasi dua arah antara politisi dan masyarakat sangat penting untuk membangun kepercayaan, memahami kebutuhan konstituen, dan memastikan bahwa kebijakan yang diambil mencerminkan aspirasi masyarakat. Strategi ini melibatkan penggunaan komunikasi dua arah yang memungkinkan politisi dan masyarakat berinteraksi secara efektif. Dengan demikian, politisi dapat membangun hubungan yang responsif dengan masyarakat dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap visi dan misi mereka (Saraswati, 2009).
3. **Mengoptimalkan Kemampuan Mendengar**
Strategi ini melibatkan penggunaan kemampuan mendengar yang efektif untuk memahami kebutuhan dan harapan masyarakat. Kemampuan mendengar masyarakat oleh politisi adalah keterampilan yang sangat penting untuk memastikan bahwa kebijakan dan tindakan yang diambil sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi rakyat.
Dengan demikian, kemampuan mendengar masyarakat bukan hanya tentang mendengar secara pasif, tetapi juga tentang berinteraksi secara aktif dan responsif, menunjukkan empati, dan mengambil tindakan berdasarkan masukan yang diterima. Hal ini menciptakan hubungan yang lebih baik antara politisi dan masyarakat serta meningkatkan kualitas demokrasi.
4. **Menggunakan Media Massa**
Strategi ini melibatkan penggunaan media massa untuk membangun citra positif dan meningkatkan kesadaran masyarakat. Menggunakan media massa untuk meningkatkan kesadaran masyarakat oleh politisi merupakan strategi yang efektif untuk menyampaikan informasi, mempengaruhi opini publik, dan membangun citra. Dengan menggunakan media massa, politisi dapat mencapai jangkauan yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap visi dan misi mereka. Politisi dapat memanfaatkan media massa untuk

membangun kesadaran, mendapatkan dukungan publik, dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses politik.

5. Mengoptimalkan Kemampuan Public Relation

6. Public Relation adalah peran atau fungsi dalam organisasi, khususnya di pemerintahan, lembaga non-profit, atau perusahaan besar, yang bertanggung jawab untuk menjembatani hubungan antara organisasi dan publiknya. Strategi ini melibatkan penggunaan kemampuan public liaison yang efektif untuk membangun hubungan yang responsif dengan masyarakat. Dengan demikian, politisi dapat meningkatkan kesadaran masyarakat dan membangun citra positif (Alvin, 2020).

Dengan menggunakan strategi-strategi ini, politisi dapat meningkatkan kesadaran masyarakat, membangun citra positif, dan meningkatkan kesuksesan dalam kontestasi politik.

Definisi dan Tujuan Advokasi Politik

Advokasi adalah suatu pekerjaan di mana beraktivitaskan penunjukan citra dari suatu pekerjaan diberbagai bidang sosial. Adapun tindakan atau protes untuk membela atau memberi dukungan, baik itu pemberian pembelaan diberikan kepada instansi lemah, hal ini bisa disebut sebagai advokasi yang digiatkan oleh individualisme maupun ormawa. (Webster :2005)

Acuan dari beberapa pengertian di atas dapat diinterpretasikan bahwa advokasi adalah rangkaian kegiatan beberapa aksi, baik itu berbentuk sosial, politik untuk mempengaruhi dan mengubah suatu kebijakan yang dilakukan oleh masyarakat. Kombinasi antara pendekatan atau kegiatan individu dan sosial, untuk mendapat komitmen politik, dukungan kebijakan dan perubahan sistem yang didukung dengan program atau kegiatan lain.

Politik dapat diartikan dengan hubungan antar manusia yang kokoh berpolakan mencolok, berpengaruh, punya kendali, berkuasa dan mempunyai kewenangan. Maka dari itu, politik tidak hanya ada pada sistem pemerintah melainkan juga tokoh-tokoh yang berpengaruh di suatu sektor-sektor.

Jadi dapat dipahami bahwa konteks politik di sini adalah taktik dari setiap tokoh yang akan saling beradu untuk meraih sebuah kepentingan. Demokrasi, yang beristilahkan bukan bertujuan pada diri sendiri melainkan bertujuan meraih kebebasan, di masyarakat yang harus diberikan ruang dalam setiap aktivitas politik.(Dahl :1992)

Politik adalah wadah pembentukan, perdebatan dan implementasi kebijakan publik. Namun kebijakan publik tidak berjalan di ruang hampa, kebijakan publik ini dibentuk dalam konteks politik yang kompleks dengan pengaruh faktor ideologi, kepentingan dan dinamika kekuasaan yang melibatkan banyak tokoh, faktor dan situasi. Advokasi sangat diperlukan ketika bersinggungan multivektor itu yang membawa perbedaaan dan konflik baik aras internal pemerintahan maupun dalam relasinya dengan vektor di luar pemerintahan.

Advokasi politik ini bertujuan, sebagai berikut :

1. Membentuk pemahaman aupun kesadaran akan sutau isu atau masalah
2. Bentuk penyadaran dan menolong suatu kelompok yang teradvokasi atau ditolak oleh instansi atau pada sistem pelayanannya
3. Bersifat terbuka, pengubahan suatu kebijakan atau program agar lebih responsif pada suatu isu atau masalah
4. Adanya perlakuan tindak nyata sebagai solusi masalah
5. Ketertarikan terhadap suatu masalah untuk mengatasi
6. Tingkat kepedulian yang tinggi terhadap solusi masalah
7. Melakukan tindak lanjut kegiatan

Implementasi Public Relations Politik dalam Membangun Citra Positif

Public Relations Politik berperan penting dalam membangun citra dan meningkatkan dukungan dari masyarakat terhadap paratai politik yang terlibat. Humas politik bertujuan untuk

mengelola persepsi dan opini publik terkait partai politik, mempromosikan kegiatan politik, serta membangun hubungan dengan media dan berbagai pemangku kepentingan lainnya. Berikut adalah beberapa contoh penerapan yang dilakukan humas politik untuk membangun citra positif partai politik.

1. **Mempengaruhi Opini Media**
Media digunakan untuk membangun citra positif di mata khalayak. Untuk itu, penting bagi humas politik agar bisa mempengaruhi opini media. Opini media sama pentingnya dengan opini masyarakat, karena media merupakan salah satu pembentuk persepsi, pandangan, dan opini masyarakat (Lampe, 2010).
2. **Membangun Hubungan dengan Media**
Humas politik selalu membangun hubungan yang baik dengan media, seperti jurnalis, wartawan atau media massa. Hal tersebut bertujuan untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat dipahami dan diterima oleh masyarakat.
3. **Mengadakan Acara**
Humas politik biasanya juga melakukan beragam acara untuk memperkenalkan partai serta menyampaikan pesan penting kepada masyarakat. Acara tersebut dapat berupa acara debat publik ataupun pertemuan secara langsung dengan masyarakat.
4. **Menggunakan Media Sosial**
Di zaman serba teknologi seperti sekarang ini, penggunaan media sosial sangat penting karena dapat menjangkau seluruh sasaran. Media sosial dapat digunakan untuk membangun dukungan dari para pengguna media sosial, sehingga dapat memperluas jangkauan politik.
5. **Mengirimkan Siaran Pers**
Siaran pers dapat digunakan untuk menyampaikan informasi penting dan mengontrol narasi yang dibangun oleh media. Humas politik dapat mengirimkan siaran pers untuk menjawab berbagai pertanyaan serta kritik dan menyebarkan informasi yang dianggap penting.
6. **Membuat Kampanye Iklan**
Kampanye iklan juga dapat dilakukan oleh pihak humas politik untuk memperkenalkan partai politik, membangun citra dan meningkatkan dukungan dari masyarakat (Kardini, dkk, 2023).
7. **Berusaha Mendapatkan Dukungan Politik**
Humas politik akan berusaha mendapatkan dukungan politik terhadap partai politik mereka. Dukungan tersebut dapat berasal dari masyarakat, tokoh-tokoh penting, serta dukungan politik dari partai politik yang lain. Dengan begitu, maka keberadaan partai politik tersebut akan dikenal masyarakat dan tetap eksis di dunia perpolitikan (Lampe, 2010).
8. **Strategi Media Relations**
Humas politik menggunakan strategi media relations untuk membangun hubungan dengan media. Mereka melakukan berbagai kegiatan seperti pengelolaan media, pengelolaan citra, komunikasi internal, dan pengelolaan informasi untuk mempengaruhi opini media (Lailiyah, 2015).

KESIMPULAN

Publik merujuk pada kumpulan individu yang memiliki kepedulian yang sama terhadap suatu isu atau hal tertentu. Lebih dari sekedar publik, frasa “publik”. Sebagai fungsi manajemen yang unik, PR membantu dalam pengembangan dan pemeliharaan saluran komunikasi dua arah, saling pengertian, penerimaan, dan kerja sama antara organisasi atau perusahaan dan publik. Melayani kepentingan publik dengan menarik perhatian pada berbagai masalah adalah tujuan dari hubungan masyarakat politik. PR politik ini melibatkan upaya membujuk publik melalui komunikasi untuk mempengaruhi dan membentuk, membangun dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan satu sama lain, serta memenangkan rasa hormat dan kepercayaan publik untuk memenuhi visi, misi, dan tujuan yang telah ditetapkan.

Ada beberapa strategi komunikasi PR yang dapat digunakan diantaranya adalah PR digital, optimasi komunikasi dua arah, mengoptimalkan kemampuan mendengar, menggunakan media massa, mengoptimalkan kemampuan PR. Politik adalah wadah pembentukan, perdebatan dan implementasi kebijakan publik. Namun kebijakan publik tidak berjalan di ruang hampa, kebijakan publik ini dibentuk dalam konteks politik yang kompleks dengan pengaruh faktor ideologi, kepentingan dan dinamika kekuasaan yang melibatkan banyak tokoh, faktor dan situasi. Advokasi sangat diperlukan ketika bersinggungan multivektor itu yang membawa perbedaan dan konflik baik aras internal pemerintahan maupun dam relasinya dengan vektor di luar pemerintahan.

Ada beberapa contoh penerapan yang dilakukan humas politik untuk membangun citra positif partai politik, diantaranya adalah mempengaruhi opini media, membangun hubungan dengan media, mengadakan acara, menggunakan media sosial, mengirimkan siaran pers, membuat kampanye iklan, berusaha mendapatkan dukungan politik, strategi media relations.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvin, S. 2020. Strategi Komunikasi Politik Juru Bicara Wakil Presiden 2014-2019 Sebagai Humas Pemerintah. *Jurnal Komunikasi*. 43-62
- Asep Bidin Rosidin, A. H. 2020. Media Online dan Kerja Digital Public Relation Politik Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*. (19) (2). 165-167
- Dahl. 1992. *Demokrasi dan Para Pengkritiknya*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Erlita, N. 2015. Peran dan Strategi Konsultan PR dalam Kampanye Politik Indonesia (Studi Kasus di Tangerang Selatan). *Jurnal Visi Komunikasi*. (14) (2). 213
- Hendra Hidayat, N. N. 2021. Ganjar Pranowo's Political Public Relations to Build Political Communications on Social Media. *Journal of Political Communication*. (10) (2) . 42
- I. K. Syafiie. 2006. *Ilmu Administrasi Publik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Kardini, Ni Luh, dkk. 2023. *Manajemen Public Relation*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia
- Lailiyah, Nuriyatul. 2015. Strategi Media Relations Politik untuk Meraih Popularitas di Media Massa. *Jurnal Politika*. (6)(1)
- Lampe, Ilyas. 2010. Konsep dan Aplikasi Public Relation Politik pada Kontestasi Politik di Era Demokrasi (Pemilihan Langsung). *Jurnal ACADEMIA FISIP UNTAD*. (2)(02). 482
- Pissa, A. A. 2022. Pendekatan Public Relations Politik di Media Sosial dalam Pembentukan Citra Politik. *Jurnal Public Relations*. (3) (1). 16
- Saraswati, R. 2009. Komunikasi Dua Arah untuk Optimalisasi Kinerja Pegawai Organisasi Sektor Publik (Studi pada Kelurahan Karigoro Kota Madiun). *Tesis, Fakultas Ilmu Administrasi*. Malang: Universitas Brawijaya
- Sholihin Webster. 2005. *Analisis Kebijakan*. Jakarta: Bumi Aksa
- Syam. N. W. 2010. *Filsafat Sebagai Akar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media