*POLITICAL PUBLIC RELATIONS* PARTAI RAKYAT DEMOKRATIK  
(PRD) MENJELANG PEMILU 2024

Prima Safitri

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu komunikasi dan Multimedia

Universitas Mercubuana Yogyakarta

Email:[**primasafitri55@gmail.com**](mailto:primasafitri55@gmail.com)

# ABSTRAK

Partai politik merupakan organisasi [politik](https://id.wikipedia.org/wiki/Politik) yang menjalani [ideologi](https://id.wikipedia.org/wiki/Ideologi) tertentu atau dibentuk dengan tujuan umum. *Political Public Relations* sangat dibutuhkan untuk mendapatkan dukungan baik secara internal maupun eksternal. Metodologi penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan Political Public Relations sangat penting dalam partai politik, karena dapat dilihat politik itu bicara tentang strategi akumulasi dan agrikasi kepentingan umum. Tidak hanya sebagai penyebar informasi politik tetapi juga sebagai penggunaan saluran-saluran media untuk mengkomunikasikan interpretasi isu-isu politik yang khusus dalam upaya pengumpulan dukungan public. Persuasi politikdalam Partai Rakyat Demokratik (PRD) juga memegang peran untuk mempengaruhi sikap, pendapat serta perilaku audiens menyampaikan pesan politik melalui komunikasi efektif memiliki peran manajemen media, manajemen informasi, dan komunikasi internal. Untuk saat ini PRD memiliki beberapa metode dalam rangka menciptakan paradigma politik, khususnya menjelang pemilu 2024 dimana PRD akan mencoba untuk mengikuti era demokrasi tentunya dengan melakukan pendekatan-pendekatan kepada masyarakat, organisasi, dan tokoh-tokoh yang tentunya dengan metode saling menguntungkan.

Kata Kunci: Politik, *Political Public Relation*, Komunikasi Persuasi, Partai Rakyat Demokratik, Pemilu 2024

***ABSTRACT***

*Political parties are political organizations that carry out a certain ideology or are formed with general goals. Political Public Relations is needed to get support both internally and externally. This research methodology the writer uses a qualitative approach with descriptive methods. The results of this study indicate that the existence of Political Public Relations is very important in political parties, because it can be seen that politics talks about the accumulation strategy and aggression of the public interest. Not only as a disseminator of political information but also as the use of media channels to communicate interpretations of specific political issues in an effort to gather public support. Political persuasion in the People's Democratic Party (PRD) also plays a role in influencing the attitudes, opinions and behavior of the audience in conveying political messages through effective communication having the role of media management, information management and internal communication. For now, the People's Democratic Party (PRD) has several methods in order to create a political paradigm, especially in the run-up to the 2024 elections where the PRD will try to follow the democratic era, of course by taking approaches to society, organizations, and figures which of course are mutually beneficial methods.*

*Keywords : Political, Political Public Relation, Communication Persuasion, People's Democratic Party (PRD), Elections 2024.*

**Pendahuluan**

Sejarah perkembangan Partai Politik saat ini di Indonesia sangat mewarnai perkembangan demokrasi di Indonesia. Hal ini dapat kita pahami, karena Partai Politik merupakan gambaran wajah peran rakyat dalam ruang lingkup politik nasional atau dengan kata lain merupakan cermin tingkat politik masyarakat. Partai politik di Indonesia adalah sebuah organisasi yang bersifat nasional dan dibentuk oleh sekelompok warga negara Indonesia secara sukarela pada prinsip yang sama dan cita-cita untuk memperjuangkan dan membela anggota masyarakat, bangsa dan negara, dan untuk mempertahankan keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Berkaitan dengan itu *Public relation* merupakan sesuatu yang dapat mendukung pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, pembinaaan, pada dasarnya menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama. *Public Relations* juga berfungsi dalam organisasi seseorang yang menyebarkan suatu informasi untuk membuat, mempertahankkan, membangun citra ataupun reputasi kelompok, dan organiasi maupun seseorang yang baik di mata publik dan menjaga hubungan baik terhadap organisasi lain maupun pihak internal organisasi.

Maka dari itu untuk *Public Relations* pada saat ini sangat penting dalam sebuah institusi atau perusahaan. *Public Relations* dalam instansi ataupun pada perusahaan merupakan ujung tombak sehingga perannya menjadi sangat penting dan strategis. Selain untuk menciptakan citra positif bagi sebuah institusi atau perusahaan, peran *public relations* juga dilibatkan dalam  banyak hal seperti pembuatan strategi maupun program-program menarik untuk mampu bersaing dan tetap eksis baik dalam sebuah lembaga yang berorientasi profit maupun pelayanan pada masyarakat atau nonprofit.

*Public Relations* memiliki kegiatan yaitu membuka ruang bebas untuk mengajukan pendapat kepada masyarakat yang merupakan suatu ciri demokrasi. Maka dari itu disamping memberikan penerangan kepada publik, *public relation* juga memperhatikan dan meneliti sikap-sikap dan pendapat publik, yang selanjutnya dapat disesuaikan dengan suatu kebijakan dan tindakan lembaga. Dalam komunikasi politik, usaha membentuk dan membina suatu citra dan pendapat umum yang positif dilakukan dengan adanya persuasi politik.

Metode yang dilakukan yaitu mengguakan komunikasi dua arah dalam arti menghargai pendapat atau keinginan khalayak. Sehingga keberadaan peran *public relation* itu sendiri dalam suatu organisasi atau lembaga adalah sebuah indikasi bahwa *public relation* sangat penting dalam perputaran sistem yang ada pada manajemen dan lembaga atau organisasi. Keberadaan aktivitas public relations/ Humas penting terlihat dari letak Divisi Humas pada leher organisasi yaitu di bawah Sekretaris Jendral Partai Rakyat Demokratik (PRD).

Letak ini memudahkan aktivitas Humas ikut serta dalam setiap kegiatan serta terlibat dalam pembuatan kebijakan dan strategi partai. Keberadaan aktivitas public relations/ Humas penting terlihat dari letak Divisi Humas pada leher organisasi yaitu di bawah Sekretaris Jendral Partai Rakyat Demokratik (PRD). Letak ini memudahkan aktivitas Humas ikut serta dalam setiap kegiatan serta terlibat dalam pembuatan kebijakan dan strategi partai.

Menjelang pemilu 2024 mendatang untuk saat ini Partai Rakyat Demokratik (PRD) memiliki peluang untuk ikut dalam era demokrasi karena sesuai dengan visi dan misinya. Dapat dilihat juga bahwa Partai Rakyat Demokratik (PRD) sudah berazazkan Pancasila, dimana sebelumnya Partai Rakyat Demokratik (PRD) berazazkan sosialis demokratis. Sehingga partai ini berkomitmen kuat untuk memperjuangkan Indonesia yang berdaulat secara politik, ekonomi dan berkepribadian secara budaya sebagai jalan menuju masyarakat adil dan makmur.

**Landasan Teori**

Teori merupakan sebuah konsep abstrak yang menunjukkan system hubungan antara konsep-konsep yang membantu kita memahami fenomena tersebut. Stephen Little John dan Karen Foss mengatakan bahwa system yang abstrak ini dapat dari suuatu pengamatan yang sistematis. Jonathan H. Turner mendefinisikan teori sebagai proses pengembangan ide-ide yang membantu menjelaskan bagaimana dan mengapa suatu peristiwa Ini dapat terjadi. Definisi ini berfokus pada sifat pemikiran teoritis tanpa menjelaskan secara rinci apa yang mungkin muncul dari hasil pemikiran ini. (Richard West & Lynn H.Turner, Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi, (Jakarta: Salemba Humanika, 2014).

Pertama Komunikasi Politik,politik berasal dari kata “*polis”* yang berarti Negara, kota, yaitu secara totalitas merupakan kesatuan antara Negara (kota) dan masyarakatnya. Kata “polis” ini berkembang menjadi “*politicos”* yang artinya kewarganegaraan. Dari kata *“politicos”* menjadi “*politera”* yang berarti hak-hak kewarganegaraan. Dalam berbagai hal orang berbeda satu sama lain jasmani, dan komunikasi politik, khalayak dan efek seperti bakat, emosi, kebutuhan, cita-cita, inisiatif, perilaku, dan sebagainya.

Dalam Komunikasi Politik (Konsep, Teori Dan Strategi) karangan Hafied Cangara, Meadow dalam Nimmo membuat definisi komunikasi politik lebih menekankan kepada symbol - simbol atau pesan yang disampaikan dalam komunikasi politik secara signifikan dibentuk atau memiliki konsekuensi terhadap sistem politik.

Sedangkan Nimmo sendiri yang mengutip Meadow hanya menekankan bahwa komunikasi politik, yaitu (kegiatan) yang dianggap komunikasi politik berdasarkan konsekuensi -konsekuensinya (aktual maupun potensial) yang mengatur perbuatan manusia di dalam kondisi kondisi konflik. Selain itu Nimmo juga mengaitkan Komunikasi Politik juga erat berhubungan dengan Opini Publik. ( Hafied Cangara, 2014. (Komunikasi Politik Konsep Teori dan Strategi. Jakarta : Raja Grafindo Persada)

Kedua Komunikasi Persuasif**,** komunikasi persuasif merupakan komunikasi yang bertujuan untuk mengajak, membujuk, merayu serta mempengaruhi baik individu maupun kelompok sehinga dapat mengikuti kehendak persuader. Komunikasi persuasif menurut Larson yaitu adanya kesempatan yang sama untuk saling mempengaruhi, memberi tahu audiens tentang tujuan persuasi, dan mempertimbangkan kehadiran audiens.

Istilah Persuasi bersumber dari bahasa latin ,persuasion, yang berarti membujuk, mengajak atau merayu. Persuasi bisa di lakukan secara rasional dan secara emosional, biasanya menyentuh aspek afeksi yaitu hal yang berkaitan dengan kehidupan emosional,biasanya menyentuh aspek afeksi yaitu hal yang berkaitan dengan kehidupan emosional seseorang. Melalui cara emosional ,aspek simpati dan empati seseorang dapat di gugah.

Adanya upaya komunikasi persuasif agar dapat berjalan dengan sesuai tujuan yang ditetapkan, maka strategi yang akan digunakan perlu dirumuskan dahulu. Kemudian langkah-langkah yang perlu dilakukan seperti pengumpulan dan analisis data, analisis dan evaluasi fakta-fakta, mengidentipikasi masalah, pemecahan masalah yang akan disampaikan dan dipecahkan, perumusaan alternatif pemecahan masalah, rencana kegiatan, evaluasi kegiatan, dan rekonsiderasi.

Maka dari itu Schacter menjelaskan bahwa ada dua jenis persuasive yaitu persuasi sistematis *(systematic persuasion)* yang mengacu pada proses memberikan pengaruh melalui perubahan sikap atau keyakinan dengan basis pemikiran logika dan pemberian alasan *(loqic and reason).*

Sementara jenis kedua yaitu persuasi heuristic *(heuristic persuasion)* adalah proses persuasi yang di lakukan melalui perubahan berdasarkan penerapan kebiasaan dan emosional. (Herdiyan Maulana, Gumgum gumelar,Psikologi Komunikasi dan Persuasi (Jakarta : Akademia Permata 2013). Dari beberapa definisi komunikasi yang di kemukakan oleh para ahli,tampak bahwa persuasi merupakan proses komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku seseorang baik secara verbal maupun non verbal.

Ketiga*Political Public Relation*. *Public Relations* meupakan manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan public yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. Selain itu *Public Relation* dapat mengidentifikasi pembentukan dan pemeliharaan hubungan baik yang saling menguntungkan antara organisasi dengan public sebagai basis moral dan etis dari profesi *Public Relations. (*Scott M. Cutlip dkkk, Effective Public Relations, (Jakarta: Prenada Media Group, 2006)

Maka dari itu *Political Public Relations* juga sebagai penggunaan saluran-saluran media untuk mengkomunikasikan interpretasi isu-isu politik yang khusus dalam upaya pengumpulan dukungan publik. Maka dari itu aktivitas Political Public Relations diantaranya, mendapatkan dukungan politik dari publik internal dan eksternal dalam pencapaian tujuan khusus sebuah organisasi atau institusi publik.

Sehingga *public relations* politik di Partai Rakyat Demokratik (PRD) juga memiliki tujuan tersendiri yaitu, menciptakan soliditas dan kohesivitas internal organisasi melalui upaya pelayanan publik internal sehingga seluruh komponen dan sumber daya politik organisasi bisa dioptimalkan dalam pencapaian tujuan organisasi.

Menurut Moloney dan Colmer, menjelaskan bahwa *political public relations* merupakan alat strategis dimana partai politik menggunakan kebijakan, kepribadian, dan presentasi untuk mendapatkan perhatian pemilih *(voters).* Selanjutnya, Brisenden dan Moloney menjelaskan juga bahwa *political public relations* bertindak sebagai pembatas, dan juga menajdi strategi defensif, menyembunyikan apa yang partai politik tidak ingin media dan masyarakat ketahui.

Sehingga dapat dilihat dari defenisi tersebut, *political public relations* memiliki peranan strategis di dalam partai politik dalam memilih pesan politik yang akan di informasikan kepada *public* untuk menggalang dukungan pemilih *(voters).* Maka dari itu *political public relations* mempunyai tujuan untuk mempengaruhi masyarakat antara lain sejauh mana masyarakat mengenal dan mengetahui kebijakan, kepribadian, dan presentasi partai politik agar bisa dikenal ataupun dipilih nantinya. Pemilihan pesan politik yang disampaikan kepada masyarakat sangat berpengaruh terhadap citra partai, tokoh, maupun kader politik.

**Metodologi Penelitian**

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriftif. Menurut Bogdan dan Taylor penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. (Lexy. J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011).

Kemudian menurut Punaji, penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan suatu peristiwa, keadaan serta objek apakah orang atau segala sesuatu yang terkait dengan variabel-variabel yang bisa dijelaskan baik menggunakan angka-angka maupun kata-kata.

Metode ini digunakan oleh penulis karena dapat melihat, berpartisipasi, berinteraksi langsung sehingga dapat memahami dan menjelaskan bagaimana *Political Public Relations* Partai Rakyat Demokratik (PRD) Menjelang Pemilu 2024. (a) Waktu dan tempat**,** waktu penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah pada bulan Oktober-November. Dengan waktu dua bulan ini diharapkan oleh penulis dapat meneliti lebih mendalam masalah yang akan diteliti nantinya.

Tempat atau lokasi yang akan penulis teliti adalah di KPW PRD DIY Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta. (b) Teknik Pengumpulan Data, Data pengertian tekhnik pengumpulan data menurut Arikunto adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, dimana cara tersebut menunjukan pada suatu yang abstrak, tidak dapat di wujudkan dalam benda yang kasat mata, tetapi dapat dipertontonkan penggunaanya. (Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002, Cet.XII).

Pada penelitian yang akan dilakukan dalam hal pengumpulan data ini, penulis akan terjun langsung pada objek penelitian untuk mendapatkan data yang valid. (c) Studi pustaka adalah mencari data dalam bentuk referensi tertulis yang berhubungan dengan topik yang akan dikaji. Studi pustaka dilakukan dengan menggunakan literatur buku komunikasi yang berkaitan dengan penelitian, jurnal yang membahas tentang komunikasi politik, komunikasi persuasif, political public relations dan skripsi terdahulu yang berkaitan langsung dengan penelitian yang penulis teliti.

(d) Observasi,Observasi atau pengamatan dapat diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi ini menggunakan observasi partisipasi dimana penulis terlibat langsung dengan proses serta kegiatan yang akan diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Observasi ini akan dilakukan di KPW PRD DIY Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta. Selama penelitian berlangsung serta mengikuti setiap agenda yang akan dilakukan oleh Partai Rakyat Demokratik (PRD).

Sehingga dengan menggunakan observasi secara langsung dapat membuat penulis memahami dan menjelaskan Political Public Relations Partai Rakyat Demokratik (PRD) Menjelang Pemilu 2024. (e) Wawancara,wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara *(interview)* yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancari *(interview)* yang memberikan jawaban atas pertanyaan. Wawancara yang akan dilakukan adalah wawancara yang secara mendalam dan sistematis. Secara umum wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya tanya jawab antara peneliti dan informan secara *face to face* sehingga memperoleh informasi yang diinginkan.

Kemudian dalam melakukan teknik wawancara ini penulis harus mampu menciptakan hubungan yang baik sehingga informan bersedia bekerja sama sehingga dapat memberikan informasi yang sebenar-benarnya. Dengan menggunakan teknik wawancara tersetruktuk ini penulis ingin pembicaraan yang akan lebih terarah dan fokus pada tujuan penelitian.

Informan pada penelitian ini yaitu Ketua Partai Rakyat Demokratik (PRD) wilayah Yogyakarta, serta Humas PRD dan beberapa kader-kader Partai Rakyat Demokratik (PRD) dan informan tambahan yang sekiranya penulis anggap mampu memberikan informasi tambahan yang berkaitan dengan apa yang mau diteliti. (f) Dokumentasi, Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis.

Dalam melakukan metode pelaksanaan dokumentasi, penulis yakni mencari data berupa buku, aris, catatan, dan sebagainya yang berkaitan dengan *Political Public Relations* Partai Rakyat Demokratik (PRD), terutama mengenai proses ataupun program kerja yang sangat dibutuhkan sebagai pendukung hasil wawancara

Teknik Analisis Data, analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif analitik, yaitu medeskripsikan data yang dikumpulkan berupa katakata, gambar, dan bukan angka. Kemudian data yang berasal dari naska, wawancara, catatan lapangan, dokumen, den sebagainya serta dideskripsikan sehingga dapat memberikan kejelasan tehadapat kenyataan atau realitas.

Pada penelitian deskriptif ini data yang diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus menerus sampai datahnya jenuh. Ada tiga alur tahapan dalam analisis data menurut versi Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan atau verivikasi diantaranya ada (1. Reduksi Data) (2. Penyajian Data) (3. Penarikan kesimpulan).

**Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Partai Rakyat Demokratik (PRD) adalah partai politik berazaskan Pancasila. Partai ini berkomitmen kuat untuk memperjuangkan Indonesia yang berdaulat secara politik, berdikari di lapangan ekonomi, dan berkepribadian secara budaya sebagai jalan menuju masyarakat Adil dan Makmur. Cikal bakal PRD bermula saat pembentukan Persatuan Rakyat Demokratik tanggal 2 Mei 1994. Ini adalah organisasi payung yang menaungi berbagai organisasi rakyat dan mahasiswa yang mulai menentang kediktatoran Orde Baru (Orba).

Partai Rakyat Demokratik (PRD) merupakan partai yang tumbuh dan dibangun dengan sebagai alat pergerakan rakyat dalam melawan penindasan. Pada Pembentukan Partai PRD itu sendiri ditandai dengan Kongres Pertama PRD pada 15 April 1996 di Sleman, Yogyakarta, merupakan puncak dari proses penyatuan gerakan rakyat di masa kediktatoran Orde Baru.

Proses itu ditelusuri dari pembangunan komite-komite aksi pada tahun 1980an; pembangunan organisasi pergerakan di sektor mahasiswa, buruh, tani, rakyat miskin dan seniman pada awal tahun 1990an dan kemudian penggalangan persatuan lintas-wilayah dan lintas-sektoral antara berbagai organisasi rakyat menjelang 1996.

Jadi untuk saat ini kepeloporan PRD atau Kaum pergerakan tidak bisa menunggu perubahan itu jatuh dari langit atau atas niat baik mereka yang sedang berkuasa. Tetapi perubahan hanya bisa terjadi karena desakan dari kekuatan yang berlawan. Berlawan saja tidak cukup , jika tidak menusuk langsung kejantung kekuasaan itu dengan mengangkut program-program yang menjadi pilar utama kekuasaan. Maka pergerakan harus mengangkat program perjuangan yang progresif. Didukung oleh kekuatan yang sadar dan militan dengan menjadikan aksi massa sebagai metode perjuangan.

Setelah melakukan pengumpulan data dilapangan, tahap selanjutnya adalah melakukan proses pengolahan dan analisis data. Proses pengolahan dan analisis data ini disajikan sesuai dengan tujuan yakni untuk mengetahui Political Public Relations Partai Rakyat Demokratik (PRD) menjelang pemilu 2024 yang sesuai dengan menggunakan konsep teori strategi yang dikemukakan oleh Jonathan H. Turner yaitu Politik, Public Relation, Political Public Relation. Serta menggunakan teori Komunikasi Politik sebagai proses komunikasi yang memiliki implikasi atau konsekuensi dari kegiatan politik, Political Public Relations sebagai sebuah kekhususan proses Public Relations yang berupaya membangunkomunikasi dengan public internal dan public ekternal organisasi dalam suatu lingkungan politik dan komunikasi persuasif mempengaruhi sikap**,** pendapat serta perilaku audiens Partai Rakyat Demokratik (PRD).

Dari hasil penelitian di lapangan Partai Rakyat Demokratik (PRD) juga melakukan pendekatan-pendekatan political public relation. Partai Rakyat Demokratik (PRD) juga memiliki beberapa metode dalam rangka menciptakan paradigma politik, khususnya menjelang pemilu 2024 PRD akan mencoba untuk mengikuti era demokrasi tentunya dengan pendekatan-pendekatan kepada masyarakat ataupun organisasi, tokoh2 dan sebagainya.

Dalam hal ini pendekatannya meliputi relasi politik dengan public dengan menciptkan pemahaman bersama antar organisasi-organisasi di dalam Partai Rakyat Demokratik (PRD) diantaranya ada LMND, di perempuan ada APIKARTINI, di petani ada STN (Serikat Tani Nasional), di kesenian ada Jaringan Kebudayaan Rakat (JAKER) dan lainnya.

Komunikasi Politik dalam Partai Rakyat Demokratik (PRD) Untuk Mendorong Partisipan Organisasi dan Masyarakat. Sebagai partai politik dalam Pemilu 2024, menurut Partai Rakyat Demokratik (PRD) komunikasi politik itu sangat penting, agar dapat mencapai target partai yang telah diharapkan, komunikasi politik merupakan unsur penting bagi partai politik agar mampu menarik perhatian masyarakat agar mau memberikan suara saat Pemilu.

Maka dari itu komunikasi politik dalam PRD merupakan unsur yang sangat penting bagi partai politik agar mampu menarik perhatian masyarakat karena penympaian program dan keberpihakan PRD pada Rakyat lewat komunikasi. Sehingga tujuan dari komunikasi politik itu sendiri yaitu mendorong partisipasi politik dalam pemilihan umum. Partisipasi politik sebagai tujuan komunikasi politik dimaksudkan agar individu-individu berperan serta dalam kegiatan politik (partisipasi politik).

Sehingga salah satu bentuk partisipasi politik yang penting adalah ketika seseorang (khalayak) mau memberikan suaranya untuk seorang politikus maupun partai politik tertentu dalam pemilihan umum

Political Public Relations dalam Partai Rakyat Demokratik (PRD) Dalam Memperkenalkan Visi, Misi, dan Program Kerja Partai Politik. Dalam sebuah partai politik, keberadaan *public relations* memegang peran penting terutama dalam memperkenalkan partai dan kader politik tersebut kepada masyarakat, khususnya pemilih (*voters*). Divisi *Public Relations* berada di bawah Wakil Ketua Umum Partai Rakyat Demokratik (PRD). Berdasarkan data yang dihimpun oleh peneliti, baik *public relations* maupun pengurus Partai Partai Rakyat Demokratik (PRD) telah memahami keberadaan *public relations* yang memiliki peran penting dalam sebuah partai politik, meskipun dalam konteks yang berbeda-beda.

Ketika ditanya mengenai keberadaan *public relations* dalam partai politik, secara umum memiliki pandangan bahwa keberadaan *public relations* dalam partai politik memang dibutuhkan dan sangat penting untuk kesuksesan dalam membangun partai. *Public Relations* Partai Partai Rakyat Demokratik (PRD), keberadaan *public relations* dalam partai politik ini memegang peranan vital karena menjadi jembatan antara partai politik dengan masyarakat dalam memperkenalkan visi, misi, dan program kerja partai politik serta menjawab keingintahuan masyarakat mengenai partai politik.

Pada pendekatan *Political Public Relation* ini aktivitas persuasi yang dilakukan terhadap publikinternal maupun eksternal sebuah institusi. Dalam melakukan tindakan persuasi tersebut ada dealapan pedekatan dalam *Political Public Relation.*

Dalam relasi politik dengan *public* pada Partai Rakyat Demokratik (PRD) ini melihat bahwa *humas* sebagai manajemen komunikasi antara sebuah organisasi dan publiknya. Menurut informan pertama, maka dari itu untuk saat ini relasi politik dengan public diantaranya PRD memiliki form-form pergerakan baik itu di lingkungan pemuda mahasiswa, buruh, tani dan masyarakat.

Sehingga pada pendekatan Hype Politik dengan melakukan pendekatan persuasive. Pada Hype politik ini sistem kerja *political public relation* diantaranya untuk menggapai perhatian khalayak. Sehingga dapat di analisis bahwa Hype Politik Partai Rakyat Demokratik (PRD) menggunakan pendekatan pertemanan. Menurut informan pertama, maka dari itu Partai Rakyat Demokratik (PRD) akan mendekati semua kalangan, baik itu media, tokoh dan lainnya dalam rangka mempublikasikan bahwa hari ini adalah Partai Rakyat Demokratik (PRD) yang berbeda.

Persuasi politikdalam Partai Rakyat Demokratik (PRD) juga memegang peran untuk mempengaruhi sikap, pendapat serta perilaku audiens menyampaikan pesan politik melalui komunikasi efektif. Menurut informan pertama, maka dari itu persuasi politik memiliki upaya untuk memperkaya suatu informasi. Mangkanya strategi persuasi pada partai politik Partai Rakyat Demokratik (PRD) akan datang ke jaringan-jaringan yang selama ini berjuang bersama.

Pada pendekatan hubungan politik dimana humas PRD memaksimalkan ide dan kontak terhadap individu-individu aktivis yang menjadi bagian dari kebijakan komunitas. Menurut informan pertama, terkait dengan pendekatan manajemen itu Partai Rakyat Demokratik (PRD) berfikir bahwa dalam satu organisasi, apakah itu partai atau organisasi masyarakat bahkan birokrasi pemerintahan pasti memiliki tokoh-tokoh intelektual.

Berdasarkan pengamatan penulis dalam hali ini pada pendekatan manajemen reputasi politik *Political Public Relation Partai Rakyat Demokratik (PRD)* menggunakan tindakan persuasif untuk menajamkan opini, berdasarkan data yang di anlisis menurut informan pertama, pendekatan manajemen reputasi politik tidak jauh berbeda dengan pendekatan sebelumnya dimana *Political Public Relation* Partai Rakyat Demokratik (PRD) itu akan mencari key person atau tokoh kunci yang ada di organisasi baik itu politik, massa dan sebagainya.

Dalam hal ini selain pendekatan reputasi politik humas PRD juga akan melakukan pendekatan hubungan public politik dengan mengedepankan Hak Asasi Manusia. Maka dari itu dalam hal ini bahwa *Political Public Relation* Partai Rakyat Demokratik (PRD) dapat menagani isu-isu yang terjadi denganmengedepankan bagaimana semua masyarakat ini memiliki kebebasan dalam berbicara, berekpresi, dan melakukan suatu kegiatan.

Pada Pembangunan Komunitas Politik ini maka dari itu *Political Public Relation* Partai Rakyat Demokratik (PRD)dalam hal ini memiliki tema bahwa manusia memiliki kedudukan hukum yang sama. Sehingga PRD akan mencari kelompok-kelompok komunitas yang satu visi dan misi seperti itu. *Political Public Relation* Partai Rakyat Demokratik (PRD)dalam hal ini akan melihat dimana kelompok masyarakat, pemuda, partai dan sebagainya yang memiliki visi misi dan ide-ide yang sama dengan Partai Rakyat Demokratik (PRD)*.*

Komunikasi Persuasi Politik Partai Rakyat Demokratik (PRD) Dalam Kegiatan Politik dan Pendidikan Politik. Selain itu, keberadaan Komunikasi persuasif komunikasi yang mempunyai tujuan khusus serta terarah untuk mengubah perilaku komunikan sebagai sasaran komunikasi*.*

Persuasi politikdalam Partai Rakyat Demokratik (PRD) juga memegang peran untuk mempengaruhi sikap, pendapat serta perilaku audiens menyampaikan pesan politik melalui komunikasi efektif memiliki peran manajemen media, manajemen informasi, manajemen citra, dan komunikasi internal. persuasi politikdalam Partai Rakyat Demokratik (PRD).

Persusasi politik juga menggunakan konsep umum kerja politik. Program kerja kita itu sebenernya dipandu oleh yang nama nya program yang disepakati di rapat-rapat. Dalam Partai Rakyat Demokratik (PRD) diantaranya mengadakan pendidikan politik bagi PRD, dimana pendidikan politik itu sangat jarang dilakukan oleh partai besar saat ini. Pendidikan politik di lakukan untuk mencari massa kader-kader Partai Rakyat Demokratik (PRD) agar mereka paham dan sadar akan bagaiamana realitas politik.

Berdasarkan data yang dihimpun oleh peneliti, baik *public relations* maupun pengurus Partai Rakyat Demokratik (PRD) telah memahami keberadaan *public relations* yang memiliki peran penting dalam sebuah partai politik, meskipun dalam konteks yang berbeda-beda.

Keberadaan *public relations* sebagai jembatan antara masyarakat dengan Partai Rakyat Demokratik (PRD) untuk memperkenalkan identitas politik dan *positioning* partai. Identitas politik Partai Rakyat Demokratik (PRD) meliputi visi, misi, *tagline*, simbol, program kerja, dan kader partai.

Sedangkan *positioning* Partai Rakyat Demokratik (PRD) sebagai partai nasionalis-demokratis yang memiliki cita-cita sesuai tujuan Nasional yang tertuang dalam Pembukaan UUD 1945 dan empat pilar bangsa yaitu NKRI, Pancasila, UUD 1945, serta Bhineka Tunggal Ika. Dalam konteks teori ini, dapat disimpulkan Pada Gerakan Radikal Versus LSM, pada gerakan ini PRD juga membangun kelompok kritis dan progresif ini kemudian bermunculan bagai jamur diberbagai kota.

Dalam perjuangan massa pun sering terjadinya suatu interaksi antara aktivis kemudian dilanjutkan dengan diskusi diskusi serta pertemuan-pertemuan antar kota, ketemulah platform program perjuangan bersama, yaitu perjuangan rakyat merebut kembali demokrasi, dengan program tuntunan pencabutan yang merupakan soko guru Orde Baru dalam memasung demokrasi di Indonesia.

**Kesimpulan dan Saran**

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis melalui pengamatan secara langsung, wawancara dan partisipasi, maka dapat disimpulkan *Political Public Relations* Partai Rakyat Demokratik (PRD) Menjelang Pemilu 2024 sebagai berikut:Sebagai partai politik, Partai Rakyat Demokratik (PRD) memahami pentingnya keberadaan *public relations* dalam kepengurusan partai.

Sebagai bagian dari organisasi, *public relations* menjalankan fungsi manajemen dengan baik menggunakan teknik-teknik komunikasi sebagai alat untuk membangun dan memelihara komunikasi saling pengertian dan menguntungkan antara partai dengan anggota partai, media, politikus, serta pemilih.

Keberadaan *public relatios* memudahkan dalam setiap kegiatan serta terlibat dalam pembuatan kebijakan dan aktivitas partai. Pelaksanaan komunikasi politik Partai Rakyat Demokratik (PRD) dibagi berdasarkan saluran komunikasi yang meliputi media massa, media interpersonal, serta media *online*.

Untuk komunikasi politik melalui media massa.Partai Rakyat Demokratik (PRD) mempunyai slogan politik *“Pancasila dasarnya, trisakti jalannya, masyarakat adil dan makmur”* guna memperkenalkan identitas politik dan *positioning* partai. Political Public Relations juga sebagai penggunaan saluran-saluran media untuk mengkomunikasikan interpretasi isu-isu politik yang khusus dalam upaya pengumpulan dukungan public. Dalam Partai Rakyat Demokratik (PRD) Political Public Relations sangat penting karena dapat dilihat politik itu bicara tentang strategi akumulasi dan agrikasi kepentingan umum.

Keberadaan *political public relations* merupakan bagian dari organisasi yang menjalankan fungsi manajemen dengan menggunakan teknik- teknik komunikasi sebagai alat untuk membangun dan memelihara komunikasi saling menguntungkan antara partai dengan anggota partai, media, politikus, serta pemilih.

Keberadaan *political* *public relations* semakin penting dalam partai politik karena tidak hanya sebagai penyebar informasi politik tetapi juga mencari cara inovatif guna menarik perhatian masyarakat dan merebut suara pemilih.

Persuasi politikdalam Partai Rakyat Demokratik (PRD) juga memegang peran untuk mempengaruhi sikap, pendapat serta perilaku audiens menyampaikan pesan politik melalui komunikasi efektif memiliki peran manajemen media, manajemen informasi, manajemen citra, dan komunikasi internal.

Partai Rakyat Demokratik (PRD) memiliki afigasi politik atau kedekatan dengan organ-organ yang satu visi. Di mahasiswa ada Liga Mahasiswa Nasional Untuk Demokrasi (LMND), di perempuan ada Aksi Perempuan Indonesia Kartini (API KARTINI), di petani ada STN (Serikat Tani Nasional), di kesenian ada Jaringan Kebudayaan Rakat (JAKER) dan lainnya.

LMND itu sendiri merupakan organisasi yang deket dengan PRD tapi di sector mahasiswa. Jadi dalam strategi pembangunan politik PRD 2024, PRD tidak akan sendiri tapi PRD mengundang seluruh lapisan masyarakat untuk terlibat dalam pemilu dalam membangun partai electoral yang akan di buat nantinya.

Berdasarkan temuan peneliti selama melakukan penelitian dilapangan maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut: Political Public Relation harus mampu mengelola isu-isu publik dan menjadi bagian dari kepentingan publik, serta mengadvokasi seluruh permasalahan public, sehingga public akan merasa simpati terhadap partai politik dan menjadi bagian dari konstituen partai politik.

Dapat membangun massa pendukung melalui kerja-kerja praktis di antara gerakan sosial dan organisasi massa, membangun front seluas mungkin berdasarkan program-program anti-neoliberal, dan mengintervensi praktek demokrasi dan pemilihan dari tingkat lokal hingga nasional.

Ini dicapai dengan mengangkat profil PRD lewat media partai maupun media mainstream, melaksanakan pendidikan-pendidikan politik, dan menjalin hubungan dan kerjasama dengan kekuatan politik lainnya. Partai Rakyat Demokratik (PRD) harus lebih mengoptimalkan lagi dalam pendidikan politik, agar untuk kader-kader yang baru masuk dalam Partai Rakyat Demokratik (PRD) lebih paham terhadap tujuan dilakukannya pendidikan politik dan sadar akan bagaiamana realitas politik, social, ekonomi di Indonesia itu seperti apa.

Dalam pelaksanaan komunikasi politik Partai Rakyat Demokratik (PRD), untuk *public relations harus lebih tegas dalam* menjalankan peran dan tugasnya dengan baik Di samping itu, komunikasi dan persuasi politik PRD juga harus lebih aktif dalam kegiatan-kegiatan politik agar harapan untuk pencapaian target Pemilu 2024 lolos uji verifikasi KPU.

Daftar Pustaka

Budiardjo, Miriam 2008. Dasar – dasar Ilmu Politik. Jakarta: PT. Gramedia

Pustaka Utama.

Cutlip, Scott M, Center, Allen H., dan Broom, Glen M. 2006. Effective Public

Relations. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Effendy, Onong Uchjana. “Ilmu, teori dan filsafat komunikasi”. Bandung :

Citra Aditya Bakti. 2003

Harrop, Martin. *Political Marketing*: *Parliamentary Affairs,* 2015.

Harun, Rochajat dan Sumarno. *Komunikasi Politik Suatu Pengantar.* Bandung:

Mandar Maju, 2006.

Hikmat, M. *Komunikasi Politik*: *Teori dan Praktik (Dalam Pilkada Langsung)*.

Jakarta: Simbiosa Rekatama Media, 2010.

Heryanto, Gun gun, & Irwa Zarkasy. 2012. Public Relations Politik. Bogor:

Ghalia Indonesia.

Moleong, Lexy J. 2011. Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Cetakan ke29. Bandung: PT.Remaja Rosdakary

Moloney, K dan Colmer. 2001. Does Political PR Enchance or Trivalize Democracy

Moleong, Lexy J. 2011. Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Cetakan ke-

29. Bandung: PT.Remaja Rosdakary

Maulana, H. Gumelar. G. 2013. Psikologis Komunikasi dan Persuasi. Jakarta:

Akademia Permata.

Nimmo, Dan. 2004. Komunikasi Politik Komunikator, Pesan, dan Media (Edisi

Terjemahan oleh Tjun Sarjaman). Bandung : PT Remaja Rosda Karya

Syarbaini, Syahrial, dkk. 2012. Sosiologi dan Politik. Jakarta : Ghalia Indonesia.

Soehartono, Irawan. *Metode Penelitian Sosial: Suatu Teknik Penelitian Ilmu Sosial.* Bandung: Remaja Rosdakarya, 1995.

Soeryopratomo. *Sang Kandidat: Analisis Psikologi Politik Lima Kandidat Presiden dan Wakil Presiden RI Pemilu 2004*. Jakarta: 2004.

Stromback, J & Kiousis, S. *Political Public Relations: Principles and Applications*. New York: Routledge, 2011.