

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

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 berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara.

Dalam system demokrasi tentu harus ada Partai Politik sebagai salah satu bentuk wadah dalam kontestasi politik di Negara yang menganut paham demokrasi. Partai politik bagi warga Negara untuk turut serta atau berpartisipasi dalam proses pengelolaan Negara.¹ Menurut Carl Frederich, partai politik adalah kelompok manusia yang terorganisir secara stabil dengan tujuan untuk merebut atau mempertahankan kekuasaan dalam pemerintahan bagi pemimpin partainya dan berdasarkan kekuasaan itu akan memberikan kegunaan material kepada anggotanya.²

¹ Miriam Budiardjo, Dasar-Dasar Ilmu Politik , (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2008), Edisi Revisi cet Ke-3 hlm. 461

² Syahrial Syarbaini dkk, Sosiologi dan Politik, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2012), hlm. 76

Berkaitan dengan itu *Public relation* merupakan sesuatu yang dapat mendukung pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, pembinaan, pada dasarnya menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama. *Public Relations* juga berfungsi dalam organisasi seseorang yang menyebarkan suatu informasi untuk membuat, mempertahankan, membangun citra ataupun reputasi kelompok, dan organisasi 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 menggunakan 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.³

Political Public Relations dapat dipahami sebagai sebuah kekhususan proses public relations yang berupaya membangun komunikasi dengan publik internal dan publik eksternal organisasi dalam suatu lingkungan politik dengan melibatkan komponen-komponen dan sumber daya politik untuk mengelola sejumlah isu agar mendapatkan perhatian, dilakukan secara sistematis, terencana, dan terarah untuk memperoleh kesepahaman dengan berbagai pihak dalam upaya mewujudkan tujuan politik organisasi.

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. Maka dari itu 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.

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

³ Onong Uchjana Effendi, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek (Bandung :PT. Remaja Rosdakarya, 2003) hal. 131

aktivitas Humas ikut serta dalam setiap kegiatan serta terlibat dalam pembuatan kebijakan dan strategi partai.

Sistem kepartaian yang kokoh, sekurang-kurangnya harus memiliki dua kapasitas. Pertama, melancarkan partisipasi politik melalui jalur partai, sehingga dapat mengalihkan segala bentuk aktivitas politik anomik dan kekerasan. Kedua, mencakup dan menyalurkan partisipasi sejumlah kelompok yang baru dimobilisasi, yang dimaksudkan untuk mengurangi kadar tekanan kuat yang dihadapi oleh sistem politik. Dengan demikian, sistem kepartaian yang kuat menyediakan organisasi-organisasi yang mengakar dan prosedur yang melembaga guna mengasimilasikan kelompok-kelompok baru ke dalam sistem politik. Partai politik menjalankan fungsi sebagai alat mengkomunikasikan pandangan dan prinsip-prinsip partai, program kerja partai, gagasan partai dan sebagainya.

Maka dari itu agar anggota partai dapat mengetahui prinsip partai, program kerja partai atau pun gagasan partainya untuk menciptakan ikatan moral pada partainya, komunikasi politik seperti ini menggunakan media partai itu sendiri atau media massa yang mendukungnya. Sebagai partai politik baru Partai Rakyat Demokratik (PRD) dari organisasi, aktivitas Humas 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 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.

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.

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 berazaskan Pancasila, dimana sebelumnya Partai Rakyat Demokratik (PRD) berazaskan 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.

Adapun misi PRD untuk mencari kadernisasi atau mendapatkan masa yaitu dengan cara sosialisasi keliling Indonesia di 14 wilayah. Maka dari itu sebelumnya PRD juga aktif ke daerah-daerah dalam rangka dikpol mencari kadernisasi dengan tema “Menangkan Pancasila”. Udah 2 tahun ini mulai aktif lagi pemilu dan akan ikut mencalonkan lagi tahun 2024. Sehingga sekarang ini walaupun Ideologi Pancasila, tapi PRD anti kapitalis, anti neopolitisme, dan anti investasi asing. Berdasarkan data dan informasi yang telah dikumpulkan, dianalisis, dan diinterpretasi selama penelitian, peneliti sampai pada beberapa poin terkait peran aktivitas *Public Relations* dalam pelaksanaan komunikasi dan persuasi Partai Rakyat Demokratik (PRD) menjelang Pemilu 2024.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijabarkan diatas penulis merumuskan masalahnya adalah bagaimana *Political Public Relations* Partai Rakyat Demokratik (PRD) Menjelang Pemilu 2024?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan yang akan dicapai oleh penulis diantaranya:

- a. Untuk memahami dan menjelaskan bagaimana *Political Public Relations* Partai Rakyat Demokratik (PRD) menjelang pemilu 2024.
- b. Untuk memahami peran *public relation* dalam komunikasi politik Partai Rakyat Demokratik (PRD) menjelang pemilu 2024.

- c. Untuk menggambarkan strategi persuasi *political public relation* Partai Rakyat Demokratik (PRD) menjelang pemilu 2024.
- d. Untuk menggambarkan dan menjelaskan komunikasi politik Partai Rakyat Demokratik (PRD) menjelang pemilu 2024.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian terbagi menjadi dua yaitu:

- a. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis ini diharapkan dapat memberikan masukan pemikiran bagi ilmu pengetahuan, khususnya bagi ilmu komunikasi studi tentang bagaimana *Political Public Relations* Partai Rakyat Demokratik (PRD) Menjelang Pemilu 2024 dan untuk memperluas pengetahuan serta wawasan penulis. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat melengkapi penelitian sejenis yang terdahulu, sekaligus dapat membuka jalan bagi berbagai penelitian lanjutan yang secara khusus memberikan penjelasan baru mengenai strategi dan peran praktisi public relations di dalam partai politik baru dalam melakukan komunikasi dan persuasi politik.

- b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah dapat memberikan jawaban dari permasalahan yang diteliti guna mengembangkan penalaran dan membentuk pola pikir yang dinamis sekaligus untuk mengetahui kemampuan penulis dalam menerapkan ilmu yang diperoleh. Manfaat lainnya dapat memberi masukan bagi *public relation* Partai Rakyat Demokratik (PRD) dalam merumuskan kembali dan mengoptimalkan strategi dan peran *public relation* yang telah dijalankan selama ini. Diharapkan, optimalisasi peran *public relations*

dalam setiap strategi pelaksanaan komunikasi dan persuasi politik Partai Rakyat Demokratik (PRD) dapat lebih sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat guna mencapai tujuan masuk dalam pemilu 2024. Sehingga, informasi ini juga dapat dijadikan acuan bagi *public relation* guna mengoptimalkan peran yang telah dijalankan selama ini dalam melakukan komunikasi dan persuasi politik.

E. Metode Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. 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.⁴ 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

1. Waktu

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.

⁴ Lexy. J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), hlm.8

2. Tempat

Tempat atau lokasi yang akan penulis teliti adalah di KPW PRD DIY Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta. Penulis memilih tempat ini dikarenakan melihat situasi dan kondisi yang merupakan layak untuk dicermati dan diteliti karena bisa menambah wawasan dan ilmu untuk dikembangkan. Di sekretariat KPW PRD ini biasanya diadakan acara pendidikan untuk pelantikan kader-kader Partai Rakyat Demokratik (PRD).

b. Teknik Pengumpulan Data

Data pengertian tehnik pengumpulan data menurut Arikunto adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, dimana cara tersebut menunjukkan pada suatu yang abstrak, tidak dapat di wujudkan dalam benda yang kasat mata, tetapi dapat dipertontonkan penggunaannya.⁵ Pada penelitian yang akan dilakukan dalam hal pengumpulan data ini, penulis akan terjun langsung pada objek penelitian untuk mendapatkan data yang valid, dengan begitu penulis menggunakan metode sebagai berikut :

c. Studi Pustaka

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

⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002, Cet.XII), hlm. 134.

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 diwawancarai (*interview*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan.⁶ 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.

⁶ Lexy. J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 135.

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 terstruktur 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, arsip, 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. Kemudian dokumentasi merupakan pelengkap dari pengamatan, penggunaan metode observasi serta wawancara dalam penelitian kualitatif berupa foto proses wawancara berlangsung dengan Ketua Partai Rakyat Demokratik (PRD) wilayah Yogyakarta, serta Humas PRD dan beberapa kader-kader Partai Rakyat Demokratik (PRD) yang akan didokumentasikan juga nantinya.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif analitik, yaitu mendeskripsikan data yang dikumpulkan berupa katakata, gambar, dan bukan angka. Kemudian data yang berasal dari naska, wawancara, catatan lapangan, dokumen, dan sebagainya serta dideskripsikan sehingga dapat memberikan kejelasan terhadap 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 verifikasi.⁷

1. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan lapangan. Reduksi dilakukan sejak pengumpulan data, dimulai dengan membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, menulis memo, dan lain sebagainya, dengan bermaksud menyisihkan data atau informasi yang tidak relevan kemudian data tersebut diverifikasi.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah pendeskripsian sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data

⁷ Husaini Usman dan Purnomo Setiadi Akbar, Metodologi Penelitian Sosial, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), hlm. 85-89.

kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif, dengan tujuan dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam bentuk yang padu dan mudah dipahami.

3. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan atau verifikasi merupakan bagian akhir penelitian kualitatif. Penelitian harus sampai pada kesimpulan dan melakukan verifikasi, baik dari segi makna maupun kebenaran kesimpulan yang disepakati oleh tempat penelitian itu dilaksanakan. Makna yang dirumuskan peneliti dari data harus diuji kebenaran, kecocokan, dan kekokohnya. Peneliti harus menyadari bahwa dalam mencari makna, ia harus menggunakan pendekatan emik, yaitu dari kecamata key information dan bukan penapsiran makna menurut pandangan peneliti.

G. Kerangka 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 suatu 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.⁸

⁸ Richard West & Lynn H. Turner, Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi, (Jakarta: Salemba Humanika, 2014), hal. 49.

1. 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 konflik. Selain itu Nimmo juga mengaitkan Komunikasi Politik juga erat berhubungan dengan Opini Publik.⁹

Komunikasi Politik adalah salah satu fungsi yang selalu ada dalam setiap sistem politik atau semua fungsi yang dilakukan dalam sistem politik, sosialisasi dan rekrutmen politik, artikulasi minat,

⁹ Hafied Cangara, 2014. Komunikasi Politik Konsep Teori dan Strategi. Jakarta : Raja Grafindo Persada. hal. 29

agregasi kepentingan, pembuatan aturan, penerapan aturan, dan adjudikasi aturan, dilakukan dengan cara komunikasi.

Dalam komunikasi politik, sesungguhnya setiap aspek memiliki peran tersendiri, walaupun tetap memiliki hubungan secara langsung ataupun tidak langsung dalam aplikasinya. Lima komponen dalam komunikasi politik tersebut menyangkut :

- a. Komunikator politik.
- b. Pesan politik.
- c. media yang digunakan dalam komunikasi politik.
- d. khalayak komunikasi politik.
- e. Akibat yang ditimbulkan dari komunikasi dalam politik.

Maka komunikasi politik itu memainkan peranan yang penting sekali di dalam sistem politik: komunikasi politik ini menentukan elemen dinamis, dan menjadi bagian menentukan dari sosialisasi politik, partisipasi politik, dan perekrutan politik.¹⁰

2. Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif merupakan komunikasi yang bertujuan untuk mengajak, membujuk, merayu serta mempengaruhi baik individu maupun kelompok sehingga 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

¹⁰ Rush, Michael dan Althoff, Philip . Pengantar Sosiologi Politik. (Jakarta : Rajawali Press, 2008), hlm. 24

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 gubah.

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 (*logic and reason*), Sementara jenis kedua yaitu persuasi heuristic (*heuristic persuasion*) adalah proses persuasi yang di lakukan melalui perubahan berdasarkan penerapan kebiasaan dan emosional.¹¹ 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.

¹¹Herdiyan Maulana, Gumgum gumelar,Psikologi Komunikasi dan Persuasi (Jakarta : Akademia Permata 2013),9.

3. *Political Public Relation*

Public Relations merupakan 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*.¹²

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 menjadi strategi defensif,

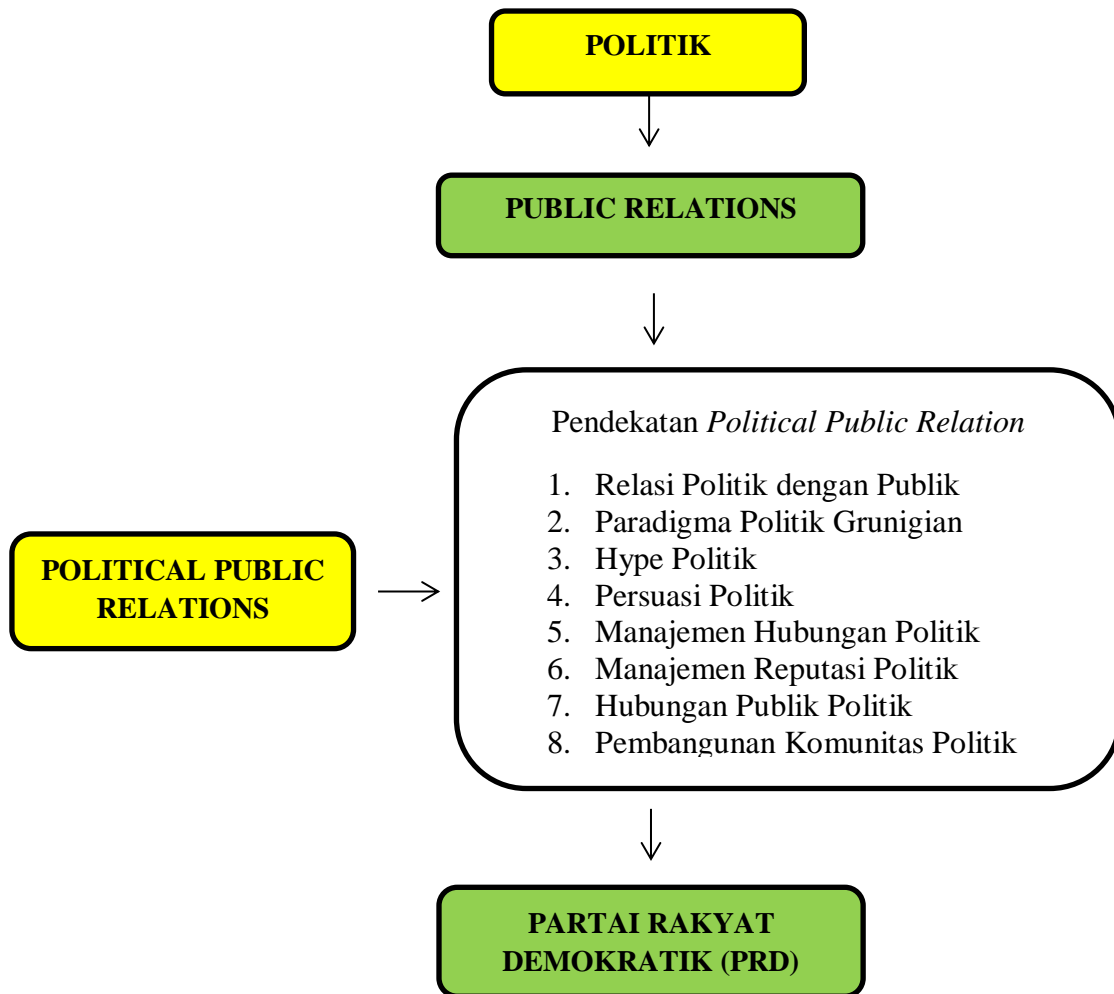
¹² Scott M. Cutlip dkkk, *Effective Public Relations*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2006), Hlm. 6

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.

A. Kerangka Konsep Penelitian

Peneliti menggunakan kerangka konsep, untuk dijadikan sebagai landasan berpikir dalam penelitian.



Gambar 1. Kerangka Konsep

B. Definisi Operasional

No.	Kerangka Konsep	Definisi Operasional
1.	POLITIK	<p>Politik berasal dari kata "<i>polis</i>" yang berarti Negara, kota, yaitu secara totalitas merupakan kesatuan antara Negara (kota) dan masyarakatnya. Kata "<i>polis</i>" ini berkembang menjadi "<i>politicos</i>" yang artinya kewarganegaraan. Dari kata "<i>politicos</i>" menjadi "<i>politera</i>" 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.</p> <p>Menurut Hafied Cangara komunikasi politik dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang memiliki implikasi atau konsekuensi dari kegiatan politik. Sehingga dapat diartikan bahwa komunikasi politik merupakan pesan bermuatan politis. Komunikasi politik pada hakekatnya mengkaji tiga macam media komunikasi politik diantaranya, media sama dengan retorika (media interpersonal), media sama dengan propaganda (media organisasi) dan</p>

		<p>media sama dengan periklanan (media massa). Dalam kondisi interpersonal, komunikasi politik akan menekankan pada peran <i>opinion leadership</i>. Contohnya diskusi dalam kampanye politik yang umumnya bersifat interpersonal.</p>
2.	PUBLIC RELATIONS	<p><i>Public Relation</i> merupakan sesuatu yang dapat mendukung pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, pembinaan, pada dasarnya menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama. <i>Public Relations</i> juga berfungsi dalam organisasi seseorang yang menyebarkan suatu informasi untuk membuat, mempertahankan, membangun citra ataupun reputasi kelompok, dan organisasi maupun seseorang yang baik di mata publik dan menjaga hubungan baik terhadap organisasi lain maupun pihak internal organisasi.</p> <p><i>Public Relations</i> dalam Partai Politik adalah seorang makelar simbol, orang yang menerjemahkan sikap, pengetahuan, dan minat suatu komunitas bahasa yang lain yang berbeda tetapi menarik dan dapat dimengerti. Seorang <i>Public Relations</i> dalam partai menghubungkan beberapa golongan dalam organisasi atau komunitas manapun dengan</p>

		<p>khalayak umum, <i>Public Relations</i> menghubungkan dua komunitas bahasa yang dibedakan pada tingkat struktur sosial yang sama.</p> <p>Dapat dilihat bahwa Political Public Relations memiliki peranan strategis didalam partai politik dalam memilih pesan politik yang akan diinformasikan kepada public untuk menggalang dukungan pemilih (voters).Tampak bahwa Political Public Relations mempunyai tujuan untuk mempengaruhi masyarakat antara lain seahau mana masyarakat mengena dan mengetahui kebijakan, kepribadian, dan prsentasi partai politik agar bisa dikenal, disukai, serta dipilih.</p>
3.	<p><i>POLITICAL PUBLIC RELATIONS</i></p>	<p>A.</p> <p>Melihat strategi Public Relation partai politik dalam penelitian ini bahwa Political Public Relations dapat dipahami sebagai sebuah kekhususan proses Public Relations yang berupaya membangun komunikasi dengan public internal dan public eksternal organisasi dalam suatu lingkungan politik. Political Public Relations melibatkan komponen-komponen dan sumber daya politik untuk mengelola sejumlah isu agar mendapat perhatian, dilakukan secara sistematis, terencana, dan terarah untuk</p>

		<p>memperoleh kesepahaman (mutual understanding) dengan berbagai pihak dalam upaya perwujudan tujuan politik. Dapat dilihat bahwa Political Public Relations memiliki peranan strategis didalam partai politik dalam memilih pesan politik yang akan diinformasikan kepada public untuk menggalang dukungan pemilih (voters).Tampak bahwa Political Public Relations mempunyai tujuan untuk mempengaruhi masyarakat antara lain sejauh mana masyarakat mengena dan mengetahui kebijakan, kepribadian, dan prsentasi partai politik agar bisa dikenal, disukai, serta dipilih.</p> <p>Maka dari itu <i>political public relations</i> 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.</p>
		<p>Partai Rakyat Demokratik (PRD) merupakan partai yang tumbuh dan dibangun dengan sebagai alat pergerakan rakyat dalam melawan penindasan. Pada Pembentukan</p>

4.	PARTAI RAKYAT DEMOKRATIK (PRD)	<p>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.</p> <p>Adapun misi PRD untuk mencari kadernisasi atau mendapatkan masa yaitu dengan cara sosialisasi keliling Indonesia di 14 wilayah. Maka dari itu sebelumnya PRD juga aktif ke daerah-daerah dalam rangka dikpol mencari kadernisasi dengan tema “Menangkan Pancasila”. Udah 2 tahun ini mulai aktif lagi pemilu dan akan ikut mencalonkan lagi tahun 2024. Sehingga sekarang ini walaupun Ideologi Pancasila, tapi PRD anti kapitalis, anti neopolitisme, dan anti investasi asing.</p>
----	--------------------------------	--

Gambar 2. Definisi Operasional Penelitian