

**KOMUNIKASI POLITIK DEWAN PIMPINAN WILAYAH PARTAI
GELORA INDONESIA PROVINSI LAMPUNG DALAM PEMENANGAN
PEMILIHAN UMUM 2024**

(Skripsi)

**Oleh
ACHITIA LINDI SAPUTRI
1716021080**



**JURUSAN ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

KOMUNIKASI POLITIK DEWAN PIMPINAN WILAYAH PARTAI GELORA INDONESIA PROVINSI LAMPUNG DALAM PEMENANGAN PEMILIHAN UMUM 2024

Oleh

ACHITIA LINDI SAPUTRI

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya faksionalisasi Partai Keadilan Sejahtera (PKS) yang melahirkan Partai Gelora Indonesia (Partai Gelombang Rakyat Indonesia). Pemilu 2024 merupakan tantangan berat bagi partai-partai politik baru, terutama Partai Gelora. Penelitian ini bertujuan untuk membahas mengenai komunikasi politik yang dilakukan DPW Partai Gelora Indonesia Provinsi Lampung serta tantangan yang dihadapi dalam kemenangan pemilu 2024 dengan menggunakan paradigma Anwar Arifin (2008) yang meliputi mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, seleksi dan penggunaan media. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam mengenal khalayak, DPW Partai Gelora Indonesia Provinsi Lampung melakukan sosialisasi atau kunjungan yang dimaksudkan untuk mempromosikan identitas partai, memanfaatkan silaturahmi dengan tokoh masyarakat, dan kaum muda. Dalam menyusun pesan Partai Gelora menggunakan *tagline* menjadikan Indonesia sebagai kekuatan lima (5) besar dunia. Penetapan metode menggunakan metode edukatif yaitu dengan melakukan beberapa pelatihan dan diskusi dengan kaum muda, sedangkan bentuk metode *canalizing* yaitu menggunakan pengaruh tokoh masyarakat dan kaum muda dengan membuat program sesuai kebutuhan. Komunikasi politik DPW Partai Gelora Indonesia Provinsi Lampung menggunakan tiga (3) media, dengan memanfaatkan media cetak (alat peraga), media sosial (*instagram, facebook, youtube*), dan media tatap muka atau interaksi secara langsung. Partai Gelora memiliki peluang yang sama dengan partai politik lainnya untuk meraih kemenangan dalam pemilu 2024 mendatang. Sedangkan berdasarkan fakta dan data, pada pemilu 2024 mendatang partai gelora diprediksi memperoleh suara dibawah 3%. Sedangkan tantangan yang dihadapi DPW Partai Gelora Indonesia Provinsi Lampung dalam memenangkan pemilu 2024 terdiri dari penyampaian visi misi dan program partai, persaingan dengan parpol lama, biaya politik, ambang batas parlemen, dan mempertahankan basis dukungan massa.

Kata Kunci: Komunikasi Politik, Partai Politik, Kemenangan Pemilihan Umum
(Pemilu)

ABSTRACT

POLITICAL COMMUNICATION OF REGIONAL LEADERSHIP COUNCIL OF INDONESIAN GELORA PARTY IN LAMPUNG PROVINCE IN WINNING GENERAL ELECTIONS 2024

By

ACHITIA LINDI SAPUTRI

This research was motivated by the factionalization of the Prosperous Justice Party (PKS) which gave birth to the Indonesian Gelora Party (Indonesian People's Wave Party). The 2024 election is a tough challenge for new political parties, especially the Gelora Party. This study aims to discuss political communication carried out by the DPW of the Indonesian Gelora Party in Lampung Province and the challenges faced in winning the 2024 election using the paradigm of Anwar Arifin (2008) which includes knowing audiences, composing messages, establishing methods, selection and use of media. This research uses a descriptive method with a qualitative approach. The results showed that in getting to know the audience, the DPW of the Indonesian Gelora Party in Lampung Province conducted outreach or visits intended to promote party identity, take advantage of friendships with community leaders, and young people. In composing the message, the Gelora Party uses the tagline to make Indonesia the world's top five (5) powers. The determination of the method uses the educative method, namely by conducting several trainings and discussions with young people, while the form of the canalizing method uses the influence of community leaders and young people by making programs according to needs. The political communication of the DPW of the Indonesian Gelora Party in Lampung Province uses three (3) media, by utilizing print media (props), social media (instagram, facebook, youtube), and face-to-face media or direct interaction. The Gelora Party has the same chance as other political parties to win in the upcoming 2024 elections. Meanwhile, based on facts and data, in the upcoming 2024 election, the gelora party is predicted to get less than 3% of the vote. Meanwhile, the challenges faced by the DPW of the Indonesian Gelora Party in Lampung Province in winning the 2024 election consist of conveying the party's vision and mission and programs, competition with old political parties, political costs, parliamentary thresholds, and maintaining a base of mass support.

*Keywords: Political Communication, Political Parties, Election Winning
(Election)*

**KOMUNIKASI POLITIK DEWAN PIMPINAN WILAYAH PARTAI
GELORA INDONESIA PROVINSI LAMPUNG DALAM PEMENANGAN
PEMILIHAN UMUM 2024**

Oleh

ACHITIA LINDI SAPUTRI

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar

SARJANA ILMU PEMERINTAHAN

Pada

Jurusan Ilmu Pemerintahan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**JURUSAN ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
2023**

Judul Skripsi

**: KOMUNIKASI POLITIK DEWAN PIMPINAN
WILAYAH PARTAI GELORA INDONESIA
PROVINSI LAMPUNG DALAM
PEMENANGAN PEMILIHAN UMUM 2024**

Nama Mahasiswa

: Achitia Lindi Saputri

Nomor Pokok Mahasiswa

: 1716021080

Program Studi

: Ilmu Pemerintahan

Fakultas

: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing



Drs. Hertanto, M.Si., Ph.D.
NIP.196010101986031006



Lilih Muflihah, S.I.P., M.I.P.
NIK. 231602820509201

2. Ketua Jurusan Ilmu Pemerintahan



Drs. Sigit Krisbintoro, M.I.P.
NIP. 196112181989021001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua

: Drs. Hertanto, M.Si., Ph.D.



Sekretaris

: Lilih Muflihah, S.I.P., M.I.P.



**Penguji
Bukan Pembimbing**

: Dr. Robi Cahyadi Kurniawan, S.I.P., M.A.



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP. 19610807 198703 2 001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 10 Juli 2023

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam Pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang berlaku di Universitas Lampung.

Bandar Lampung, 10 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Achitia Lindi Saputri

NPM. 1716021080

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Achitia Lindi Saputri, anak pertama dari 4 (empat) bersaudara. Dilahirkan di Kampung Bumi Nabung pada 13 Desember 1999 dari pasangan Bapak Dwi Astono dan Ibu Puji Astutining Urip. Jenjang pendidikan penulis dimulai dari Taman Kanak-Kanak (TK) Al Firman Ma'arif Bumi Nabung dan lulus pada tahun 2005. Pendidikan Sekolah Dasar yaitu SDN 1 Gaya Baru Enam pada tahun 2005 dan lulus pada tahun 2011. Pendidikan tingkat Sekolah Menengah Pertama penulis selesaikan di SMPN 1 Seputih Surabaya Lampung Tengah pada tahun 2011 dan lulus pada tahun 2014. Pendidikan Sekolah Menengah Atas penulis selesaikan di MAN 1 Lampung Timur pada tahun 2014 dan lulus pada tahun 2017.

Tahun 2017 penulis dinyatakan lolos pada seleksi Penerimaan Mahasiswa Perluasan Akses Pendidikan (PMPAP) dan diterima sebagai mahasiswa pada Jurusan Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung. Adapun kegiatan organisasi yang pernah diikuti yakni Laboratorium Politik dan Otonomi Daerah (LABPOLOTDA) Jurusan Ilmu Pemerintahan FISIP UNILA. Penulis juga melakukan PKL (Praktik Kerja Lapangan) di Kantor Ombudsman RI Lampung. Penulis melaksanakan KKN (Kuliah Kerja Nyata) di Desa Margo Mulyo Kecamatan Mesuji Timur Kabupaten Mesuji.

MOTTO

Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Karena itu bila kau telah selesai (mengerjakan yang lain) dan kepada Tuhan, berharaplah

(Q.S Al-Insyirah 6-8)

Dunia itu tempat berjuang, istirahat itu di surga

(Syekh Ali Jaber)

Tolong tetaplah bertahan hidup sekecil apapun alasannya. Demi keluargamu, demi lagu kesukaanmu, demi makanan favorit, demi bertemu musim hujan selanjutnya.

(Achitia Lindi Saputri)

PERSEMBAHAN



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirabbil'alamiin telah Engkau Ridhai Ya Allah segala ikhtiar hamba-Mu sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan.

Shalawat teriring salam, selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang selalu dinantikan syafa'atnya di Yaumul Akhir

dan

Ku persembahkan karya sederhana ini kepada sosok luar biasa Ibu dan Bapak tercinta Puji Astutining Urip dan Gunawan

Adik-adikku tersayang Aura Nurmulya Safitri, Ariq Syahdan Attaki, dan Aishwarya Mecca

Terimakasih untuk semua yang mendoakan dan mendukung selesainya skripsi ini, semoga segala kebaikan mendapat balasan dari Allah SWT

Almamater Tercinta Universitas Lampung

SANWACANA

Segala puji bagi Allah SWT atas nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Politik DPW Partai Gelora Indonesia Provinsi Lampung dalam Pemenangan Pemilu 2024”. Sholawat teriring salam selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, sungguh gerakan revolusioner yang telah tergores dalam sejarah memberikan inspirasi dan teladan yang begitu luar biasa bagi umat manusia dan peradabannya. Skripsi ini merupakan karya ilmiah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Pemerintahan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung. Penulis menyadari akan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan dalam penyusunan skripsi ini. Tanpa bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini mustahil dapat terwujud dengan baik. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini antara lain yaitu:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A.IPM selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
3. Bapak Drs. Sigit Krisbintoro, M.I.P selaku Ketua Jurusan Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
4. Bapak Drs. Piping Setia Priangga, M.Si selaku dosen Pembimbing Akademik peneliti.
5. Bapak Drs. Hertanto, M.Si, Ph.D selaku pembimbing utama penulis yang telah banyak memberikan kritik, saran, masukan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan sebaik-baiknya.

6. Ibu Lilih Muflihah, S.I.P., M.I.P selaku pembimbing kedua penulis. Terimakasih atas segala bimbingannya sehingga peneliti mampu menyelesaikan sampai tahap akhir skripsi.
7. Bapak Dr. Robi Cahyadi Kurniawan, S.I.P., M.A selaku dosen penguji. Terimakasih telah memberikan kritik, saran dan masukan yang sangat luar biasa dan sangat membantu penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
8. Seluruh dosen Jurusan Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu, tetapi tidak mengurangi rasa hormat penulis kepada bapak/ibu semua. Terimakasih telah memberikan ilmu dan pengalamannya. Terimakasih telah menjadi seseorang yang berpengaruh bagi penulis untuk merengguh ilmu pengetahuan.
9. Terimakasih untuk kedua orang tua tercinta, Bapak Gunawan dan Ibu Puji Astutining Urip yang selalu mendoakan anaknya (penulis) dalam menyelesaikan perkuliahan dan skripsi ini. Terimakasih telah berjuang untuk menjadikan penulis sebagai insan berpendidikan tinggi. Semoga ilmu yang penulis dapatkan dapat bermanfaat bagi banyak orang dalam menjadi amal jariyah yang akan selalu mengalir kepada Bapak dan Ibu tercinta.
10. Adik-adikku tersayang Adik-adikku tersayang Aura Nurmulya Safitri, Ariq Syahdan Attaki, dan Aishwarya Mecca yang selalu memberi dukungan sepenuh hati. Semoga kelak kita dapat membanggakan kedua orang tua.
11. Seluruh keluarga penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan doa kepada penulis untuk menyelesaikan proses perkuliahan dengan lancar.
12. Teman-teman Jurusan Ilmu Pemerintahan angkatan 2017 Reguler A, B dan Paralel yang telah memberikan momen indah selama masa perkuliahan.
13. Sahabat penulis Nuraisyah, S.I.P., Silvia Wulandary, S.I.P., Maryani, S.IP., Seli Yulia Ningsih, S.I.P., Yasri Lestari, dan Maela Putri Handika. Terimakasih atas doa, motivasi dan bantuannya. Semoga kita semua selalu diberikan kemudahan dan kelancaran untuk kedepannya.
14. Narasumber penelitian, terimakasih untuk semua narasumber yang telah memberikan informasi dan dukungan kepada peneliti sehingga tesis ini bisa

diselesaikan tepat pada waktunya. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian kepada peneliti.

15. Terimakasih untuk semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang menyayangi dan mendo'akan penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.

16. Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard works. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sangat membangun agar bermanfaat bagi pihak lainnya.

Bandar Lampung, 10 Juli 2023
Penulis

Achitia Lindi Saputri
NPM 1716021080

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI	i
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR SINGKATAN	vi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
II. TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi Politik.....	12
2.1.1 Pengertian Komunikasi Politik	12
2.1.2 Unsur-unsur Komunikasi Politik	14
2.1.3 Tujuan Komunikasi Politik.....	18
2.1.4 Konsep Komunikasi Politik.....	20
2.1.5 Teori Komunikasi Politik.....	24
2.2 Tinjauan Tentang Pemenangan Pemilu	31
2.2.1 Pengertian Pemenangan Pemilu.....	31
2.2.2 Fungsi Pemilu	36
2.2.3 Sistem Pemilihan Umum dan Sistem Kepartaian di Indonesia	36
2.2.4 Fusi dan Perpecahan Partai Politik Indonesia.....	39
2.2.5 Pemilihan Umum Tahun 2024.....	49
2.3 Kerangka Pikir	53
III. METODE PENELITIAN	56
3.1 Tipe Penelitian	56
3.2 Lokasi Penelitian	57
3.3 Fokus Penelitian.....	57
3.4 Jenis dan Sumber Data	60
3.4.1 Data Primer.....	60
3.4.2 Data Sekunder	61
3.5 Informan Penelitian	61

3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.6.1 Observasi	64
3.6.2 Wawancara	65
3.6.3 Dokumentasi.....	67
3.7 Teknik Pengolahan Data	67
3.7.1 Editing Data.....	68
3.7.2 Interpretasi	68
3.8 Teknik Analisis Data.....	68
3.8.1 Reduksi Data	69
3.8.2 <i>Data Display</i> (Penyajian Data).....	69
3.8.3 <i>Conclusion Drawing</i> (Verifikasi Kesimpulan)	70
3.9 Teknik Keabsahan Data	70
IV. Hasil dan Pembahasan	72
4.1 Profil Partai Gelora Indonesia	72
4.1.1 Sejarah Berdirinya Partai Gelora Indonesia.....	72
4.1.2 Lambang Partai Gelora	75
4.1.3 Visi dan Misi Partai Gelora.....	76
4.1.4 Asas dan Jati Diri Partai Gelora Indonesia	77
4.1.5 Tujuan dan Fungsi Partai Gelora Indonesia.....	78
4.1.6 Pengurus Pusat Partai Gelora.....	79
4.2 Hasil dan Pembahasan Penelitian	83
4.2.1 Mengenal Khalayak	84
4.2.2 Menyusun Pesan	92
4.2.3 Menetapkan Metode.....	99
4.2.4 Seleksi dan Penggunaan Media	110
4.3 Prospek Pemenangan Pemilu 2024.....	116
4.3.1 Tantangan Partai Gelora dalam Pemenangan Pemilu 2024.....	117
4.3.2 Peluang Partai Gelora dalam Pemenangan Pemilu 2024.....	119
V. Simpulan dan Saran	125
5.1 Simpulan	125
5.2 Saran	127
DAFTAR PUSTAKA	128
LAMPIRAN	134

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Data KPU Perolehan Suara Partai Baru pada Pemilihan Umum 2019.....	3
Tabel 2.1 Nomor Urut Partai Politik pada Pemilu 2024.....	52
Tabel 3.1 Data Primer Wawancara.....	60
Tabel 3.2 Informan Penelitian	63
Tabel 3.3 Pelaksanaan Wawancara.....	66
Tabel 4.1 Susunan DPN Partai Gelora Indonesia periode 2019-2024.....	79
Tabel 4.2 Susunan Pengurus DPW Partai Gelora Provinsi Lampung	81
Tabel 5.1 Kunjungan dan Sosialisasi Partai Gelora Indonesia Provinsi Lampung	84
Tabel 5.2. Popularitas Partai Politik Baru Menyongsong Pemilu 2024	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	55
Gambar 4.1 Logo Partai Gelora	76
Gambar 4.2 Ramah Tamah dan Sosialisasi di Lampung Selatan.....	85
Gambar 4.3 Ramah Tamah dan Sosialisasi di Dapil 1 Bandar Lampung.....	85
Gambar 4.4 Ramah Tamah dan Sosialisasi di Dapil 2 Bandar Lampung.....	85
Gambar 4.5 Silaturahmi dengan Thomas Riska Tokoh Muda Lampung Mantan Ketua DPD Partai Demokrat	89
Gambar 4.6 Audiensi Partai Gelora dengan POLDA Lampung	91
Gambar 4.7 Visi dan Misi Partai Gelora.....	92
Gambar 4.8 Poster Stadium General Akademi Manusia Indonesia dari Partai Gelora	95
Gambar 4.9 Dukungan Partai Gelora untuk Pasangan Walikota dan Wakil Walikota Metro	96
Gambar 4.10 Aksi Sosial Meminimalisir Covid-19 di Kecamatan Raman Utara	97
Gambar 4.11 Gelora Tanam 10 Juta Pohon	98
Gambar 4.12 Kegiatan Santunan Anak Yatim di Panti Asuhan Al Muqaromah Assa dari DPW Partai Gelora Provinsi Lampung.....	102
Gambar 4.13 Kegiatan <i>Cooking Class</i> Bersama Ny. Tan dari DPW.....	103
Gambar 4.14 Pelatihan Desain Grafis dari DPW Partai Gelora Provinsi Lampung.....	104
Gambar 4.15 Gelora <i>Talks</i> Sekolah Tatap Muka.....	104
Gambar 4.16 Sekolah Desa Kaderisasi Partai Gelora.....	104
Gambar 4.17 Kegiatan Lomba PUBG dalam rangka memeriahkan HUT RI Ke 77 dari DPW Partai Gelora Provinsi Lampung.....	107

Gambar 4.18 Kegiatan <i>Fun Futsal</i> dari DPW Partai Gelora Provinsi Lampung.....	107
Gambar 4.19 GM <i>Talk Ngopi Ngobrol Asik Demokrasi: 4.0</i>	107
Gambar 4.20 Ngasik (Ngobrol bahas musik).....	108
Gambar 4.21 Facebook DPW Partai Gelora Provinsi Lampung.....	111
Gambar 4.22 Channel Youtube DPW Partai Gelora Provinsi Lampung.....	112
Gambar 4.23 Akun Instagram DPW Partai Gelora Provinsi Lampung.....	113
Gambar 4.24 <i>Benner</i> Partai Gelora di salah satu rumah warung.....	115
Gambar 4.25 Bendera Partai Gelora yang terpasang di beberapa titik.....	115
Gambar Wawancara wawancara dengan M. Imran Rosadi (Sekretaris Partai Gelora Provinsi Lampung) dan Samsani Sudrajat, S. Pi., (Ketua Partai Gelora Provinsi Lampung)	187
Gambar Wawancara dengan Asis Budi Santoso selaku ketua Bapilu Partai Gelora Provinsi Lampung.....	187
Gambar Wawancara dengan Wahyu Agung selaku anggota Partai Gelora Lampung.....	188
Gambar Wawancara bersama Sofwan Zulfikar selaku relawan Partai Gelora.....	188
Gambar Wawancara bersama Irgiawan selaku relawan Partai Gelora.....	188
Gambar Wawancara bersama Arif Gangsal selaku relawan Partai Gelora.....	189
Gambar Wawancara dengan Sudarsih Bendahara DPW Partai Gelora Lampung.....	190
Gambar Wawancara dengan Syahrul Fattah Ketua Bidang Generasi Muda DPW Partai Gelora Lampung Gelora Provinsi Lampung.....	190
Gambar Wawancara dengan Heni masyarakat Kelurahan Negri Olok Gading.....	191
Gambar Wawancara dengan Asih masyarakat Kelurahan Negri Olok Gading.....	191
Gambar Wawancara dengan Herdiansah masyarakat Kelurahan Negri Olok Gading.....	191
Gambar Wawancara dengan Nadirsah Hawari selaku Pengamat Politik.....	192
Gambar Wawancara dengan Muhamad Qorib selaku pengurus PKS.....	192
Gambar Wawancara dengan Hayrul selaku Caleg PKS.....	192

DAFTAR SINGKATAN

AMM	: Angkatan Muda Muhammadiyah
Bacaleg	: Bakal Calon Anggota Legislatif
Bawaslu	: Badan Pengawas Pemilu
BCAD	: Bakal Calon Anggota Dewan
Capres	: Calon Presiden
Cawapres	: Calon Wakil Presiden
Caleg	: Calon Legislatif
DPP	: Dewan Pimpinan Pusat
DPW	: Dewan Pimpinan Wilayah
DPD	: Dewan Pimpinan Daerah
DPC	: Dewan Pimpinan Cabang
DPR	: Dewan Perwakilan Rakyat
DPRD	: Dewan Perwakilan Rakyat Daerah
FISIP	: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
GARBI	: Gerakan Arah Baru Indonesia
Garuda	: Partai Gerakan Perubahan Indonesia
Gelora	: Gelombang Rakyat Indonesia
Gerindra	: Gerakan Indonesia Raya
Golkar	: Golongan Karya
GK	: Garda Keadilan
Hanura	: Partai Hati Nurani Rakyat
KPU	: Komisi Pemilihan Umum
KAPMI	: Kesatuan Aksi Pelajar Muslim Indonesia

KAMMI	: Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia
NasDem	: Nasional Demokrat
NU	: Nahdlatul Ulama
Ormas	: Organisasi Masyarakat
PAN	: Partai Amanat Nasional
PBR	: Partai Bintang Reformasi
Parkindo	: Partai Kristen Indonesia
Parmusi	: Partai Muslimin Indonesia
Parpol	: Partai politik
PDIP	: Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan
Pemilu	: Pemilihan Umum
Perindo	: Partai Persatuan Indonesia
Pileg	: Pemilihan Legislatif
Pilkada	: Pemilihan Kepala Daerah
Pilpres	: Pemilihan Presiden
PKB	: Partai Kebangkitan Bangsa
PKS	: Partai Keadilan Sejahtera
PPP	: Partai Persatuan Pembangunan
PSI	: Partai Solidaritas Indonesia (PSI)
SBY	: Susilo Bambang Yudhoyono
SDM	: Sumber Daya Manusia
SK	: Surat Keputusan
UU	: Undang-Undang

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Partai politik hadir bukan sebagai birokrasi, pengadilan atau parlemen, melainkan menjadi penanda pentingnya transformasi sistem politik klasik ke metode berpolitik modern. Sejak adanya keberadaan partai politik formasi politik berubah secara drastis. Partai politik telah mengubah relasi antara rakyat dengan penguasa, yaitu dari yang semula mendiskualifikasi rakyat, kini rakyat sebagai aktor dan poros penting dalam relasi itu (Pamungkas (2011:3). Partai politik telah menjadi instrument utama rakyat untuk berkompetisi dan mendapatkan kendali atas institusi-institusi politik. Lebih dari itu, adanya partai politik jabatan politik yang sebelumnya hanya dipegang kalangan kelompok sosial tertentu dan sirkulasinya tertutup, kini menjadi terbuka melalui saluran partai politik.

Tujuan utama partai politik adalah merebut kekuasaan atau mengambil bagian dalam perebutan kekuasaan. Kekuasaan politik berusaha diraih dengan cara konstitusional melalui pemilihan umum untuk kemudian melaksanakan kebijakan-kebijakan yang telah mereka usung. Pertarungan politik dilakukan dalam rangka untuk mendapatkan kemenangan dan kekuasaan, sebuah partai politik menerapkan upaya dan metode pemenangan yang dibentuk dan dijalankan sesuai dengan mekanismenya (Pamungkas, 2011:7).

Sebagai negara yang demokratis, Indonesia melakukan pemilihan umum (Pemilu) membuat partai politik dan tim sukses harus melakukan pendekatan terhadap kekuatan lokal yang memiliki pengaruh di masyarakat untuk mendapatkan suara. Selain itu aspek lokalitas masing masing daerah juga membuat partai politik pengusung kandidat dan tim sukses membuat strategi

pemenangan yang menyesuaikan lokalitas daerah pemilihan itu sendiri (Ula, 2012:174).

Status Indonesia sebagai negara demokratis menjadikan partai politik memiliki keleluasaan dalam menjalankan strateginya. Mereka memiliki “kebebasan” untuk dapat menentukan arah geraknya dengan tujuan melakukan perebutan kursi kekuasaan. Dalam perwujudan tersebut, partai politik memiliki syarat yang harus dilengkapi, yaitu melewati ambang batas parlemen sesuai dengan aturan yang diberlakukan. Hal ini menjadi prasyarat mutlak untuk mengikuti pemilihan umum (pemilu). Ketika prasyarat ini tercapai, maka mereka dapat terlibat dalam penentuan perolehan kursi di Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) (Julianda, 2018).

Tidak hanya itu, kodrat Indonesia sebagai negara demokrasi juga memberikan ruang sebebaskan-bebasnya bagi masyarakat untuk berkumpul dan berserikat. Oleh karenanya, tidak mengherankan apabila banyak bermunculan partai politik beserta dengan kontestasi politik yang menyertainya dengan berbagai perbedaan pandangan ideologi yang dianut oleh partai politik yang sesuai dengan harapan masyarakat (Julianda, 2018). Peluang pembentukan serta akar kontestasi partai politik ini yang melahirkan partai politik baru. Kemunculan partai politik baru bukan menjadi fenomena pertama kali sejak Era Reformasi. Setelah runtuh rezim otoriter pada tahun 1998, salah satu upaya untuk dapat menyambut rezim tersebut adalah dengan adanya pendirian partai politik (Hanafi, 2019).

Munculnya partai politik merupakan aktualisasi dari beragamnya aliran atau pandangan politik yang melatarbelakanginya (Nadhifatul Shofia, 2019). Dengan masuknya partai baru dalam pemilu, maka menimbulkan pada kompetisi pemilu yang membuat ruang persaingan menjadi ketat dikarenakan partai saling memperebutkan pasar pemilih (Hanafi, 2019).

Menurut Kaslam (2020:190), upaya-upaya yang dilakukan oleh partai politik sangat beragam untuk memenangkan pemilihan umum. Salah satunya adalah penguatan strategi komunikasi politik, agar dikenal oleh masyarakat secara

luas. Sebagai partai baru yang terbentuk pada tahun 2019 lalu, Partai Gelombang Rakyat Indonesia (Gelora) dipimpin oleh Anis Matta harus berjuang keras untuk dapat meraih suara yang signifikan dalam pemilihan umum tahun 2024. Data KPU menunjukkan bahwa pada pemilihan umum 2019 yang lalu, dari 5 (lima) partai baru tidak ada satupun lolos *parliamentary threshold* yang ditetapkan sebesar 4%. Salah satu penyebabnya adalah ketidakmampuan partai baru dalam melakukan komunikasi politik yang elegan dan efektif. Partai Gelora Indonesia harus melakukan upaya komunikasi politik terobosan baru yang berbeda dari partai-partai sebelumnya.

Tabel 1. Data KPU Perolehan Suara Partai Baru pada Pemilu 2019

No.	Partai Politik	Presentase (%)
1.	Partai Persatuan Indonesia (Perindo)	2,67 %
2.	Partai Berkarya	2,09 %
3.	Partai Solidaritas Indonesia (PSI)	1,89%
4.	Partai Bulan Bintang	0,79%
5.	Partai Gerakan Perubahan Indonesia (Garuda)	0,50%

Sumber: Diolah oleh peneliti dari Data KPU Perolehan Suara Partai Baru pada Pemilu 2019

Partai baru harus menyiapkan infrastruktur partai dari pusat sampai daerah, dengan segala keterbatasan dalam waktu singkat bukanlah perkara sulit bagi partai baru tersebut. Keunikan lain, mendirikan partai berhaluan nasionalis dengan ideologi Pancasila, sebenarnya melawan kebiasaan sejarah faksionalisasi partai-partai di Indonesia, misal faksionalisasi Partai Islam Masyumi yang melahirkan Partai NU (partai Islam). Faksionalisasi Partai Golkar melahirkan Hanura, Gerinda, dan Nasdem (ketiganya partai nasionalis), begitu juga faksionalisasi di PDIP melahirkan partai-partai nasionalis meski kemudian menghilang dalam peta politik elektoral.

Kemudian, faksionalisasi PPP (partai Islam) melahirkan Partai Bintang Reformasi (partai Islam). Menurut Hawari (2020:2), ada dua kelebihan sekaligus keunikan PKS yang belum tentu dimiliki partai manapun yaitu

soliditas internal dan kuatnya sumber daya manusia yang dimiliki sehingga dalam rentan waktu dua puluh tahun perjalanan politiknya semua persoalan bisa dilewati dengan baik termasuk konflik-konflik kecil yang sempat mencuat di internal PKS termasuk hijrahnya beberapa mantan petinggi PKS yang kemudian membentuk wadah GARBI dan akhirnya berlabuh menjadi sebuah partai politik baru yang bernama Gelora.

Partai Gelora merupakan salah satu partai politik baru yang didirikan oleh Anis Matta pada 28 Oktober 2019, yang mana pengambilan Gelora berdasarkan pada Gelombang Rakyat. Kemunculan Partai Gelora pada ranah publik tidak terlepas dari adanya konflik yang menjerat PKS karena keretakan yang terjadi pada internal PKS sejak lama, setidaknya sejak tahun 2004 hingga 2019 (Riqbalb, 2019). Keretakan tersebut, berawal mulai dari perbedaan pandangan mengenai orientasi partai politik antara Anis Matta dan Hilmi Aminudin, yang mana Anis Matta kurang menyetujui adanya partai politik yang tertutup dan Anis Matta menghendaki PKS sebaiknya menjadi partai yang lebih terbuka agar dapat menyesuaikan diri dengan model demokrasi yang ada di Indonesia (Agung et.al., 2020). Kemudian, perbedaan pandangan tersebut melahirkan dua kubu yang saling bertentangan, yaitu kubu Keadilan dan Sejahtera. Kubu Keadilan adalah kelompok yang ingin mempertahankan ideologi yang sudah diterapkan sejak awal berdirinya PKS, sedangkan kubu kelompok adalah mereka yang ingin mengubah pandangan PKS menjadi partai yang sifatnya lebih terbuka. Pada waktu itu, Anis Matta dan Fahri Hamzah mewakili kubu sejahtera (Agung et.al., 2020).

Fenomena perkembangan Partai Gelora, sebenarnya muncul karena pembentukan ormas Gerakan Arah Baru Indonesia (GARBI). Kemudian, pembentukan GARBI muncul untuk menyatukan masyarakat dengan latar etnis, agama, profesi, untuk dapat membangun Indonesia (Harahap, 2020). Selanjutnya, negara Indonesia yang merupakan negara demokrasi harus mempunyai kekuatan politik untuk memperoleh legitimasi secara riil dari rakyat sebagai pemegang kedaulatan tertinggi, maka legitimasi inilah yang akan menghasilkan kepercayaan kepada rakyat kepada institusi partai politik

(Harahap, 2020). Dalam hal ini, pembentukan Partai Gelora menginginkan Indonesia sebagai kekuatan lima besar dunia dalam bidang teknologi, ekonomi, dan militer. Karenanya, dalam mencapai hal itu perlu ada modernisasi dan keterbukaan untuk dapat mencapai tujuan tersebut. Dengan keinginan pembaharuan tersebut, pada dasarnya mendapatkan penolakan yang keras dari beberapa kader PKS karena lebih baik tetap konsisten untuk menjalankan visi dan misi PKS dengan ideologi partai Islam daripada harus membentuk partai baru (Agung et.al., 2020). Kemudian, ketiadaan wadah bagi mereka yang menginginkan ideologi perubahan tersebut, membuat sejumlah pengurus PKS mengundurkan diri dan membentuk Partai Gelora tersebut. Meskipun demikian, adanya anggapan bahwasanya Partai Gelora hadir di tengah-tengah ketegangan antara PKS, tetapi hal ini bukan berarti Partai Gelora memiliki konflik dengan PKS.

Partai Gelora Dideklarasikan pada 10 November 2019 dan mendapat pengesahan SK Kemenkumham pada 19 Mei 2020, Partai Gelora dipimpin oleh Anis Matta sebagai Ketua Umum, Fahri Hamzah sebagai Wakil Ketua Umum, dan Mahfuz Sidik sebagai Sekretaris Jenderal yang ketiganya merupakan politikus senior yang sempat membesarkan nama PKS (Umam, 2020). Hasil penelusuran di situs resmi Komisi Pemilihan Umum (KPU) telah menetapkan 17 partai politik yang akan bertarung pada pemilu 2024 mendatang. Partai Gelora merupakan salah satu partai yang lolos verifikasi factual dan telah mendapatkan nomor urut tujuh dan telah sah ditetapkan oleh KPU sebagai satu dari 17 partai politik peserta pemilu (Rosman, 2021).

Alasan pendirian Partai Gelora adalah untuk membantah semua dikotomi yang menyesatkan yang dibuat dari masa lalu, antara Islam dan nasionalisme (Haryadi, 2019). Dikotomi yang tidak berdasar selama ini harus dihilangkan karena yang Islam tidak ingin disebut sebagai tidak nasionalis dan yang nasionalis tidak ingin disebut sebagai Islam atau tidak religious (Haryadi, 2019). Maka dari itu, dilakukan pembangunan kebangsaan yang dapat menyatukan pandangan tersebut dan Partai Gelora hadir untuk menjawab segala keraguan dan kebuntuan yang menyebabkan kurang percaya diri

sebagai bangsa (Bramasta, 2019). Berangkat dari idealisme tersebut maka partai Gelora hadir dengan identitas baru yang perlu di komunikasikan dengan khalayak agar diketahui dan dipahami untuk mendapat kepercayaan dari publik dan juga mendapat legitimasi politik (Riqbalb, 2019).

Kompetensi dunia politik yang ketat menuntut partai politik menciptakan identitas yang menjadikannya berbeda dengan partai politik lain. Dengan adanya penciptaan identitas tersebut, agar partai politik lebih dikenal oleh masyarakat dan menjadi sangat diperlukan agar mampu membuat partai politik yang satu dengan yang lain berbeda. Maka dari itu, Partai Gelora perlu menerapkan strateginya agar mendapat dukungan publik dan juga menduduki *parliamentary threshold* pada pemilu serentak tahun 2024.

Upaya Partai Gelora dalam persiapan menuju pemilu 2024 menuntut organisasi ini berperan sebagai *agency* yang menempatkan norma, aturan, dan kondisi yang ada. Kehadiran partai politik dapat menjadi hambatan dan keuntungan *agency*. Artinya, konteks Indonesia sebagai negara demokrasi telah memberikan keuntungan dalam mendirikan partai politik baru sesuai dengan kehendaknya masing-masing dan memberikan peluang atau menempatkan kondisi ini sebagai *agency*. Tetapi, keadaan masyarakat yang merasa skeptis terhadap partai politik baru karena dianggap tidak ada pembaharuan membuat strategi yang ditetapkan itu bisa melampaui semua hambatan termasuk kepercayaan masyarakat yang rendah terhadap partai politik.

Sebagai Partai baru dalam kancah politik di Indonesia Partai Gelora berupaya membangun komunikasi politik dengan masyarakat umum untuk menjaring konstituen yang sudah terbiasa dengan partai-partai lama, terlebih lagi partai ini adalah pecahan dari Partai Keadilan Sejahtera yang sudah memiliki basis massa yang kuat. Pergeseran persepsi dan minat serta ketertarikan pada partai baru dibangun melalui pemasaran politik. Secara simbol, nama, logo dan *tagline* diupayakan untuk menjadi merek (*brand*) yang kemudian dalam istilah politik disebut dengan *political branding*. Nama, logo, *tagline*, mars

merupakan *tools* untuk memperkenalkan partai ke pada masyarakat. Platform seperti media elektronik dan media sosial dijadikan sebagai media komunikasi visual untuk menyampaikan informasi.

Menganalisis posisi Partai Gelora di Pemilu 2024 dapat dilihat dari peta pemilih Partai Keadilan Sejahtera (PKS) yang terancam terkikis dengan kehadiran partai Gelora. Menurut hasil hitung suara oleh KPU pada pemilu legislatif DPRD Provinsi Lampung, PKS memperoleh 391.730 suara dengan jumlah kursi 9 anggota DPRD Provinsi dari total 85 kursi. Keberadaan Partai Gelora yang sudah terbentuk di 34 Provinsi, 511 Kabupaten Kota, 5.700 kecamatan. Rata-rata pengurus merupakan mantan politisi PKS sehingga ada kemungkinan muncul *swing voters* dari PKS ke Partai Gelora (Simanjuntak, 2022).

Partai Gelora sebagai partai baru, sebagaimana partai baru lainnya memiliki hambatan dan tantangan untuk memperoleh suara lebih dari ambang batas parlemen atau *parliamentary threshold*, meskipun peluang tetap ada. Adanya UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilu, ambang batas parlemen sebesar 4 persen. Partai yang gagal mendapat 4 persen dari total suara nasional tidak akan mendapat kursi di DPR. Sebagaimana Pemilu 2019 lalu, tidak ada partai politik baru yang bisa melewati ketentuan tersebut. Terlebih lagi partai-partai besar seperti, PDIP dan Nasdem mengusulkan peningkatan ambang batas parlemen dinaikkan menjadi 5% bahkan 7%. Apabila partai lain setuju sehingga ambang batas parlemen naik, maka partai-partai politik baru akan semakin sulit mendapat kursi DPR, termasuk partai Gelora.

Menghadapi tantangan tersebut Partai Gelora Indonesia akan menerapkan upaya dengan cara melaksanakan program yang menarik simpati kaum muda dan meningkatkan SDM dari tingkat pusat sampai tingkat daerah dalam Pemilu 2024 mendatang, agar tidak saja bisa lolos ambang batas (*parliamentary threshold*), tetapi juga siap dalam menghadapi pemilu. Ketua Bapilu Partai Gelora Lampung mengatakan bahwa upaya tersebut akan menciptakan suara (*voters*) sendiri dari pemilih yang belum menentukan

pilihan. Berdasarkan survei internal, 70% pemilih masih bingung dalam pilihan, dan 57% setuju lahirnya partai baru yang mengusung perubahan (Wawancara dengan Bapilu Partai Gelora Lampung, pada 13 Februari 2023).

Belajar dari Pemilu 2019, sejak tahun lalu Partai Gelora Indonesia fokus menyelesaikan kekuatan teritori yang mutlak dimiliki suatu partai. Partai politik bisa dilihat apakah memiliki kekuatan politik nasional yang riil atau tidak. Karena tidak memiliki kekuatan teritori itu, bukan hanya parpol baru, tapi juga parpol lama tidak lolos. Padahal dalam empat pemilu sebelumnya, selalu ada parpol baru yang lolos dan kemudian menjadi kekuatan politik nasional. Kekuatan teritori tersebut harus disupport dengan penguatan infrastruktur teritorial partai terpenuhi secara nasional.

Partai Gelora hadir di tengah masyarakat bukan menjadi satu-satunya partai atau elemen yang akan menyelesaikan masalah atau pun krisis dengan sendiri. Namun, menjadi bagian dan ruang untuk siapa saja yang ingin berkontribusi bagi seluruh elemen untuk berkolaborasi dan komitmen gelora agar merepresentasikan seluruh latar belakang masyarakat. Sebagai partai yang baru lahir pada 1 juni 2020, Partai Gelora sudah menampakkan keseriusan dengan turut serta dalam kontestasi suksesi kepemimpinan daerah ataupun nasional. (Wawancara dengan Ketua DPW Partai Gelora Lampung, pada 13 Februari 2023).

Samsani sebagai Ketua DPW menyebutkan Partai Gelora Lampung sudah banyak melakukan strategi komunikasi politik ke berbagai elit partai lain di daerah seperti halnya wilayah di provinsi lain sudah beberapa calon di dukung oleh Partai Gelora meskipun belum memiliki kursi di legislatif. Salah satu upaya yang dilakukan partai gelora adalah dengan mendirikan Akademi Manusia Indonesia merupakan salah satu instrumen Partai Gelora untuk meningkatkan kapasitas kader ataupun anggota dalam penguatan dan konsolidasi kader dan sumber daya manusianya (jejamo.com diakses pada 29 Februari 2022).

Terdapat beberapa penelitian yang menjadi rujukan dalam penelitian ini. Penelitian sejenis dari Aditya Putra (2020) dengan judul analisis strategi komunikasi partai politik baru dalam meningkatkan partisipasi politik pemilih pemula (studi kasus DPD Partai Solidaritas Indonesia Kota Parepare). strategi komunikasi Partai Solidaritas Indonesia dalam meningkatkan partisipasi politik pemilih pemula menyimpulkan hasil analisis bahwa sebagai partai politik baru, PSI mengalami kendala dalam pelaksanaan strategi komunikasi politiknya. Hal ini disebabkan oleh minimnya pengalaman politik para anggotanya, tidak berjalannya fungsi edukasi politik partai, dan ulah oknum tertentu di dalamnya, imbasnya adalah minimnya suara yang diperoleh PSI.

Penelitian sejenis dari Bella Adha Hendriana Moneterd dan Eko Harry Susanto (2020) dengan judul strategi komunikasi politik partai baru (studi kasus perolehan suara partai solidaritas indonesia di DPRD DKI Jakarta pada pemilu 2019). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan strategi komunikasi politik PSI Jakarta untuk memperoleh suara yakni dengan merawat ketokohan, memantapkan kelembagaan, dan menciptakan kebersamaan. PSI Jakarta juga mengkombinasikan strategi komunikasi politik dengan unsur komunikasi politik.

Penelitian terkait dari penelitian Khoiruddin Muchtar (2016) dengan judul komunikasi politik dan pembentukan citra partai. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif, bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang upaya-upaya Partai Golkar dalam membentuk citra sebagai partai baru yang dinamis dan modern serta bagaimana strategi Golkar memperkenalkan diri sebagai partai kosmopolit. Penelitian ini juga ingin memperoleh gambaran, bagaimana Golkar mempertahankan eksistensi dan Citra Partai, sehingga dapat mengembalikan kepercayaan masyarakat.

Terdapat beberapa perbedaan dengan penelitian ini. Perbedaan tersebut yaitu dari teori yang digunakan, penelitian Aditya Putra (2020) menggunakan teori strategi komunikasi politik dengan model komunikasi politik yang meliputi

komunikator, pesan, media, khalayak, efek. Penelitian Bella Adha Hendriana Moneterd dan Eko Harry Susanto (2020) menggunakan teori strategi komunikasi politik dari Hafied Cangara (2011) unsur yakni: komunikator politik, pesan politik, sasaran politik, media politik, dan efek komunikasi politik. Sedangkan penelitian ini menggunakan teori komunikasi politik dari Anwar Arifin (2008) yang meliputi mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, dan seleksi dan penggunaan media.

Khoiruddin Muchtar (2016) menggunakan teori Anwar Arifin (2006) mengenai citra politik yang menjelaskan tentang model pencitraan partai politik Golkar dengan mengajukan motto “The Party of Idea”, mencitrakan sebagai partai yang kosmopolit, pidato politik kerap dijadikan sebagai momen untuk mendongkrak citra partai, untuk menaikkan citranya Golkar berusaha mengaktualisasikan dirinya berkiprah di berbagai ranah. Sedangkan penelitian ini menganalisis upaya dilakukan Partai Gelora dalam mendongkrak elektabilitas dan menghadapi tantangan dalam pemilu 2024 mendatang.

Penulis ingin melihat komunikasi politik dari Partai Gelora Indonesia Provinsi Lampung sebagai upaya dan persiapan dalam kemenangan Pemilu 2024 mendatang. Teori yang digunakan oleh peneliti yaitu teori strategi komunikasi politik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk menggambarkan fenomena mengenai keseluruhan proses dari permasalahan yang diteliti. Penulis melihat bahwa saat ini banyak partai politik baru terutama Partai Gelora yang merupakan pecahan dari partai politik lama belum dikenal oleh masyarakat luas. Maka Partai Gelora perlu berupaya untuk mendapat kepercayaan dari publik dan juga mendapat legitimasi politik.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimanakah strategi komunikasi politik Partai Gelora Indonesia DPW Lampung dalam kemenangan pemilu 2024?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana komunikasi politik Partai Gelora Indonesia DPW Lampung dalam pemenangan pemilu 2024.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi kajian Ilmu Politik dan diharapkan mampu menjadi acuan dalam penelitian dimasa depan terkait dengan komunikasi partai politik baru dalam pemenangan Pemilu.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi bagi pembaca dalam pengembangan keilmuan yang berkaitan tentang komunikasi politik.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Komunikasi Politik

2.1.1 Pengertian Komunikasi Politik

Komunikasi Politik adalah komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintah. Dengan pengertian ini, sebagai sebuah ilmu terapan maka komunikasi politik dapat dipahami sebagai komunikasi antara yang memerintah dan yang diperintah (Sholihin, 2020). Para pakar, teoritis ilmu politik dan ilmu komunikasi, berupaya untuk memberikan suatu pengertian, tentang komunikasi politik. Komunikasi politik merupakan aktivitas pesan orang-orang yang melakukan kegiatan politik, dalam bentuk mempengaruhi dan menstimulus orang lain untuk melakukan kegiatan politik, baik pada tingkatan hubungan antar suprastruktur dan infrastruktur. Pesan itu berlangsung untuk mengikuti perubahan dan perkembangan informasi yang diinginkan dalam masyarakat. Sang aktor atau komunikator politik dan bisa juga disebut sekaligus partisipan politik dapat mengerti bahwa isi, tujuan dan keinginan pesan politik yang disampaikan adalah untuk mempengaruhi dan membentuk opini publik (Harun dan Sumarno, 2016:2).

Manusia sebagai masyarakat dari suatu pemerintahan adalah komunitas yang terlibat dalam sebuah kegiatan politik baik berperan sebagai komunikator atau sebagai komunikan, hal ini dikarenakan kegiatan politik menjadi bagian dari kehidupan masyarakat dalam negara. Oleh karenanya aktivitas komunikasi tidak dapat dipisahkan dengan aktivitas politik, seperti kampanye, propaganda, retorika, negosiasi, pembentukan opini publik dan lain sebagainya. Komunikasi politik secara kontekstual adalah penyampaian

pesan politik yang berkaitan dengan setiap fungsi dan sistem politik (Mukarom, 2016).

Komunikasi politik sebagai komunikasi yang diarahkan kepada pencapaian suatu pengaruh sedemikian rupa, sehingga masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi ini, dapat mengikat semua warganya melalui suatu sanksi yang ditentukan bersama. Komunikasi politik berguna untuk menghubungkan pikiran politik yang hidup dalam masyarakat, baik pikiran intra golongan, institusi, asosiasi, ataupun sektor kehidupan politik masyarakat dengan sektor pemerintahan. Menurut dahlan (1999) yaitu suatu bidang atau disiplin yang menelaah perilaku dan kegiatan komunikasi yang bersifat politik, mempunyai akibat politik atau berpengaruh terhadap perilaku politik. Komunikasi Politik bukan hanya simbol-simbol bahasa (retorika) tetapi juga bahasa tubuh dan tindakan-tindakan politik seperti boikot, protes dan unjuk rasa (Akhmad, 2019).

Komunikasi politik merupakan perpaduan antara komunikasi dan politik yang telah dikenal dan dipraktikkan sejak manusia berkomunikasi dan berpolitik. Perpaduan antara komunikasi dan politik menjadi komunikasi politik telah terjadi sejak lama dalam retorika, propaganda, agitasi, lobi, dan tindakan politik serta opini publik. Bahkan *acta diurna* (pengumuman pemerintah) dan *acta senatus* (pengumuman senat) sebagai cikal bakal pers modern pada masa pemerintahan Julius Caesar di Kerajaan Romawi tahun 59 sebelum Masehi merupakan salah satu bentuk komunikasi politik.

Perpaduan antara komunikasi dan politik menjadi komunikasi politik, telah membuat komunikasi keluar dari “tempurung” proses terutama yang bersifat mekanisme yang dapat disebut dengan “komunikasi mikro”. Sedangkan, komunikasi politik yang mengaitkan komunikasi dengan kekuasaan ideologi, demokrasi, dan sebagainya telah membawa komunikasi ke area yang bersifat lintas disiplin dan bahkan *multidisipliner*, yang dapat dinamakan “komunikasi makro”. Komunikasi politik akan bersifat “tidak bebas nilai” dalam arti tidak terikat dengan faktor sejarah dan kultural,

termasuk ideologi, sistem politik, sistem sosial, dan sistem ekonomi suatu negara maupun bangsa (Arifin, 2014).

Secara esensial perpaduan komunikasi dan politik menjadi komunikais politik, bertemu pada dua titik, yaitu: (1) pembicaraan dan (2) pengaruh atau mempengaruhi. Sejumlah pakar komunikasi menulis bahwa “politik adalah komunikasi” atau politik dapat disebut sebagai komunikasi dalam arti komunikasi yang mencakupi politik, karena Sebagian besar kegiatan politik dilakukan melalui pembicaraan sebagai salah satu bentuk komunikasi. Sebaliknya sejumlah ilmuwan politik juga menulis bahwa “komunikasi adalah politik” atau komunikasi dapat disebut sebagai politik dalam arti politik mencakup komunikasi, karena hampir semua komunikasi bertujuan mempengaruhi sebagai salah satu dimensi politik (Arifin, 2014:12).

Komunikasi politik seperti dalam sistem-sistem lain, juga dipraktikkan dalam kehidupan politik di Indonesia. Setiap hari, tokoh pemerintahan atau tokoh politik menyampaikan berbagai pernyataan (resmi atau tidak resmi), pendapat dalam berbagai forum, dan komentar tentang masalah yang terjadi secara general. Kegiatan ini menjadi salah satu bentuk konkret dari kegiatan politik yang mana elit politik bertindak selaku komunikator. Saluran komunikasi yang digunakan bisa berbentuk media massa, tetapi juga bisa melalui tatap muka (*face to face communication*) (Efriza dan Jerry, 2018:11).

2.1.2 Unsur-unsur Komunikasi Politik

Terdapat tiga unsur penting dalam komunikasi politik, yaitu: sumber informasi (komunikator), saluran (media) dan penerima informasi (sasaran/target informasi). Sumber informasi dapat berasal dari seseorang atau institusi yang mempunyai data dan bahan informasi (pemberitaan, wacana, atau gagasan) untuk disebarkan kepada masyarakat luas. Saluran adalah media yang digunakan oleh penyampai atau sumber informasi untuk kegiatan menyampaikan segala informasi (pemberitaan, wacana atau

gagasan) berupa media interpersonal yang digunakan secara tatap muka maupun media massa yang digunakan untuk masyarakat luas. Adapun penerima informasi (sasaran/target) adalah orang atau kelompok dan masyarakat yang menjadi sasaran informasi atau pihak yang diterima informasi. Oleh karenanya unsur komunikasi politik terdiri dari:

1. Komunikator Politik

Komunikator politik memainkan peran sosial yang utama, terutama dalam proses opini publik. Karl Popper mengemukakan bahwa ada teori opini publik yang seluruhnya dibangun sekitar komunikator politik yaitu teori pelopor mengenai opini publik. Menurutnya para pemimpin menciptakan opini publik karena mereka berhasil membuat beberapa gagasan yang diterima, meskipun awalnya ditolak terlebih dahulu. Oleh karena itu opini publik dipahami sebagai tanggapan terhadap gagasan dan usaha komunikator dalam meyakinkan publik. Komunikator dapat diidentifikasi dalam 3 kategori, yaitu:

a. Politikus yang bertindak sebagai komunikator politik

Politikus adalah orang yang seluruh waktunya dihabiskan untuk kegiatan berpolitik. Dan terkait dengan komunikasi politik, politikus mencari pengaruh melalui komunikasi. Meskipun politikus melayani beraneka ragam tujuan dengan cara komunikasi, namun ada dua hal yang biasanya terlihat, dimana politikus mengerahkan pengaruhnya kepada dua arah yaitu memengaruhi alokasi imbalan dan mengubah struktur sosial yang ada atau mencegah terjadinya struktur sosial yang ada. Dalam kewenangannya, politikus berkomunikasi sebagai wakil suatu kelompok atau langganan dimana pesan-pesan politikus itu tersampaikan untuk mengajukan atau melindungi tujuan kelompoknya. Hal ini bertolak belakang pada apa yang seharusnya dimana politikus sebagai seseorang yang mempunyai tekad dan idealisme tinggi dalam menolak desakan-desakan dari segala tuntutan orang yang memberikan imbalan kepadanya (langganan). Selain itu, politikus seharusnya lebih menyibukkan dirinya untuk kebijakan yang lebih luas,

mengusahakan reformasi dan bahkan mendukung perubahan yang revolusioner (Dan Nimno, 2004:31).

b. Komunikator Profesional dalam Politik

Profesional adalah peranan sosial yang relatif baru, suatu produk sampingan dari revolusi komunikasi yang sedikitnya mempunyai dua dimensi utama, munculnya media massa yang melintas batas rasial, etnis, pekerjaan, wilayah, dan kelas untuk meningkatkan kesadaran identitas nasional dan perkembangan berkelanjutan media khusus yang menciptakan publik baru untuk menjadi konsumen informasi dan hiburan. Menurut James Carey, seorang komunikator profesional adalah orang makelar simbolik dimana ia adalah orang yang menerjemahkan sikap, pengetahuan dan minat suatu komunitas bahasa ke dalam istilah-istilah komunitas bahasa yang lain dan berbeda tetapi menarik dan dapat dimengerti.

c. Aktivistis atau Komunikator Paruh Waktu (*Part Time*)

Aktivistis atau komunikator paruh waktu adalah orang-orang yang terdapat di dalam organisasi dan interpersonal yang terikat dalam jaringan media perintah. Seperti juru bicara dan pemuka pendapat dalam suatu organisasi dan masyarakat. Juru bicara pada umumnya tidak memiliki cita-cita akan jabatan di pemerintahan seperti halnya para politikus. Ia bekerja atau melakukan penyampaian informasi di depan publik hanya untuk kepentingan organisasi atau masyarakat. Ia cukup terlibat baik dalam politik maupun komunikasi sehingga dapat disebut sebagai aktivis politik dan semi profesional dalam komunikasi politik. Adapun pemuka pendapat adalah orang yang dianggap dihormati dan disegani dalam suatu organisasi atau masyarakat. Banyak warga negara yang diharapkan dapat membuat keputusan yang bersifat politis (seperti memilih calon pemimpin) meminta petunjuk dari orang-orang yang dihormatinya. Orang yang diminta pendapatnya disebut sebagai pemuka pendapat yang mampu mempengaruhi keputusan orang lain. Artinya, ia seperti politikus

ideologis yang mampu meyakinkan orang lain pada cara berpikir mereka. (Gatara, 2007: 139).

2. Pesan (Isi) Komunikasi Politik

Isi atau pesan dalam komunikasi politik merupakan penjelasan dari apa yang dikatakan oleh komunikator politik. di dalam proses sirkular ketika orang mendefinisikan makna segala sesuatu menurut perbuatan mereka, makna yang secara simultan memengaruhi perbuatan itu dengan cara timbal balik, mereka menggunakan imajinasi. Menurut Dan Nimmo (2004) seseorang menanggapi rangsangan seketika berdasarkan persepsi atau interpretasinya terhadap rangsangan itu. Isi atau pesan dalam komunikasi politik terungkap dalam bentuk gelombang, bahasa dan opini publik. Kegiatan simbolik adalah kata-kata dalam pembicaraan politik. kata-kata tersebut menjangkau ungkapan yang dikatakan atau dituliskan kepada gambar, lukisan, foto, dan sebagainya. Bahkan kata-kata politik sering ditampilkan secara simbolik berupa (1) lambang-lambang (2) hal yang dilambangkan (3) interpretasi yang menciptakan lambang-lambang yang bermakna. Hubungan antara lambang, rujukan dan interpretasi dilukiskan. Seperti kain berwarna merah-putih yang dapat menghasilkan interpretasi bendera Indonesia sebagai lambang negara Republik Indonesia.

3. Saluran atau Media Komunikasi Politik

Ahli sosiologi memandang media massa sebagai suatu lembaga yang memiliki kekuatan yang sangat besar dalam mengubah tatanan kehidupan manusia. Bahkan banyak pihak menilai media massa menjadi the fourth power selain eksekutif, legislatif dan yudikatif dalam sistem pemerintahan. Media massa merupakan jenis media yang ditampilkan kepada sejumlah khalayak yang tersebar dan heterogen sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dalam waktu yang relatif cepat. Pengaruh media massa juga tidak hanya memiliki efek langsung terhadap individu tetapi juga memengaruhi kultur, pengetahuan kolektif, norma serta nilai-nilai dari suatu masyarakat (Aprilia, 2004). Media massa

menghadirkan seperangkat citra (*image*), gagasan, dan evaluasi bagi penerima informasi yang dapat dijadikan acuan perilaku. Setidaknya ada tiga fungsi utama media massa, yakni:

- a) Media massa berfungsi sebagai pemberi informasi dan penyampai berita;
- b) Media massa melakukan seleksi, evaluasi, dan interpretasi mengenai apa yang perlu untuk disiarkan;
- c) Media berfungsi sebagai sarana untuk mentransmisikan nilai dan kultur dari satu generasi ke generasi.

2.1.3 Tujuan Komunikasi Politik

Tujuan komunikasi politik sangat terkait dengan pesan politik yang disampaikan komunikator politik. Sesuai dengan tujuan komunikasi, maka tujuan komunikasi politik itu adakalanya sekedar penyampaian informasi politik, pembentukan citra politik, pembentukan *public opinion* (pendapat umum) dan bisa pula menghandel pendapat atau tuduhan lawan politik. Selanjutnya komunikasi politik bertujuan menarik simpatik khalayak dalam rangka meningkatkan partisipasi politik saat menjelang pemilihan umum atau pemilihan kepala daerah (Ardial, 2018: 44).

a. Membangun Citra Politik

Salah satu tujuan komunikasi politik adalah membangun citra politik yang baik bagi khalayak. Citra politik itu terbangun atau terbentuk berdasarkan informasi yang kita terima, baik langsung maupun melalui media politik, termasuk media massa yang bekerja untuk menyampaikan pesan politik yang umum dan aktual.

b. Membentuk dan Membina Pendapat Umum

Pembentukan pendapat umum dalam komunikasi politik, sangat ditentukan oleh peranan media politik terutama media massa. Memang pers, radio, film dan televisi, selain memiliki fungsi memberi informasi, mendidik, menghubungkan dan menghibur, juga terutama membentuk citra politik dan pendapat umum yang merupakan dimensi penting

dalam kehidupan politik. Setiap sistem politik mengembangkan jaringan komunikasi politiknya sendiri, dan mengakui pentingnya sumber-sumber khusus, sedangkan saluran-saluran dan para pendengar akan berbeda menurut jenis media yang digunakan. Masyarakat primitif yang dicirikan dengan tingkatan melek huruf yang rendah dan tidak memiliki keahlian teknis dan sarana untuk mengembangkan media massa modern, maka barang cetakan dan siaran radio merupakan sarana utama, dengan mana informasi politik disampaikan kepada setiap sistem politik. Bersamaan dengan itu, saluran komunikasi lainnya adalah sangat penting, dan jelas sering lebih politis sifatnya.

Kelompok kepentingan dan partai-partai politik, meskipun berbeda dari sistem yang satu dengan yang lain sangat vital sekali bagi proses komunikasi, karena menyajikan saluran yang dapat mengadakan kontak antara para pejabat politik dan pejabat-pejabat administratif, serta rakyat pada umumnya. Keanggotaan organisasi politik dan quasi politik dapat melibatkan seseorang dalam komunikasi politik yang hanya bersifat sementara; akan tetapi para partisipan yang ikut terlibat dalam komunikasi menjadi lebih akrab, di mana informasi diteruskan secara vertikal dari para pemegang posisi yang lebih tinggi dalam suatu hierarki partisipasi, dan diteruskan secara horisontal antara para anggota aktivis pada tingkatan yang sama, baik sebagai anggota suatu organisasi yang sama, maupun antara sesama organisasi. Dibandingkan dengan media massa yang dapat dianggap sebagai sarana umum dari komunikasi politik, maka kelompok kepentingan dan partai-partai politik itu lebih khusus dan lebih sering terlibat dalam proses komunikasi.

Pendapat umum sebagai kekuatan politik tidak hanya mampu mendukung suatu pemerintahan atau kekuasaan, melainkan juga memiliki kekuatan untuk menggulingkannya. Seperti apa yang dialami oleh Soekarno, Soeharto dan Abd. Rahman Wahid, baik melalui cara yang konstitusional (melalui parlemen), maupun melalui pergolakan-

pergolakan atau aksi-aksi massa, atau kedua-keduanya (aksi massa dan parlemen). Sehingga pendapat umum harus dapat dibentuk, dipelihara, dibina dengan baik oleh semua kekuatan politik, melalui komunikasi politik yang intensif, persuasif ataupun informatif, edukatif dan koersif (Anwar Arifin, 2006: 13).

c. Mendorong Partisipasi Politik

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. Sesuai dengan pendapat di atas mengenai tujuan komunikasi politik dapat diambil kesimpulan bahwa, tujuan komunikasi politik sangat terkait dengan pesan politik yang disampaikan komunikator politik. Tujuan komunikasi politik secara umum terdiri dari tiga tujuan yaitu, membangun citra politik, membentuk dan membina pendapat umum, dan mendorong partisipasi politik.

2.1.4 Konsep Komunikasi Politik

Berikut konsep komunikasi politik menurut Arifin (2014:72), yaitu:

1. Mengenal Khalayak

Khalayak adalah tujuan dsampaikannya suatu pesan dari komunikator politik. Khalayak sering disebut sebagai penerima (receiver), sasaran, pembaca, pendengar, pemirsa, audiens, decoder, atau komunikan. Dapat dipahami bahwa status khalayak bisa saja bersifat sesaat, karena pada saat memberi umpan balik ataupun pada peristiwa komunikasi lainnya bisa saja khalayak justru berinisiatif menyelenggarakan peristiwa komunikasi (Efriza dan Jerry, 2018:83).

Mengenal khalayak merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha komunikasi yang efektif. Khalayak dianggap pihak yang

sama sekali tidak pasif, melainkan aktif di dalam sebuah proses komunikasi. Sehingga antara komunikator dan komunikan bukan hanya terjadi sebuah hubungan, tetapi juga saling mempengaruhi. Artinya, komunikan dapat dipengaruhi oleh komunikator dan komunikator dapat mempengaruhi komunikan. Baik komunikator maupun komunikan mempunyai kepentingan yang sama, maka dari itu untuk menciptakan persamaan kepentingan dengan komunikan terutama pada pesan, media, dan metode dalam proses komunikasi.

Suatu lembaga atau kandidat harus mengenali atau menetapkan unsur masyarakat luas untuk menjadi khalayak politiknya. Ada setidaknya empat alasan yang melatarai keharusan tersebut yang pertama untuk mengidentifikasi segmen khalayak atau kelompok yang paling tepat untuk dijadikan sasaran program komunikator politik; kedua untuk menciptakan skala prioritas yang berkaitan dengan adanya keterbatasan anggaran dan sumber daya politiknya; ketiga untuk memilih media dan teknik berkomunikasi yang sekiranya paling sesuai; dan keempat untuk mempersiapkan pesan-pesan sedemikian rupa agar efektif dan mudah diterima (Efriza dan Jerry, 2018:87).

2. Menyusun Pesan

Setelah mengenal khalayak dan situasi, maka langkah selanjutnya dalam perumusan strategi komunikasi adalah Menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isi dari sebuah pesan bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Pesan politik dihubungkan dengan lambang atau simbol, bahasa dan opini publik. Ketiga faktor itu selalu melekat dalam informasi politik yang disebarkan oleh komunikator kepada masyarakat untuk mencapai tujuan politik. Simbol juga dapat mengkomunikasikan konsep, gagasan umum, bentuk pemahaman makna yang sederhana, dan mudah dipahami dalam hubungan antara komunikator politik dengan khalayak. (Kominfo, 2012).

Syarat dari sebuah pesan yang efektif adalah menarik, dapat memenuhi kebutuhan individual (*personal needs*). Pada komunikasi, pesan dapat memuaskan kebutuhan emosi, pesan dapat memuaskan kebutuhan harapan logis bagi penerima pesan. Menurut Wilburn Scharm, agar komunikasi yang disampaikan harus memenuhi syarat-syarat berikut:

- a. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran yang dimaksud.
- b. Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju kepada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga sama-sama dapat dimengerti.
- c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak sasaran dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan itu.
- d. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana sasaran berada pada saat digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

3. Menetapkan Metode

Menurut Arifin (2008:72), selain mengenal khalayak, dan menetapkan isi pesan, perlu adanya metode dalam penyampaian sebuah komunikasi yang menjadi hal penting agar komunikasi menjadi efektif dan bisa tercapai. Terdapat beberapa metode komunikasi efektif, antara lain:

- a) *Redudancy (Repetition)*, yaitu mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ulang pesan.
- b) *Canalizing* Proses, yaitu memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak.
- c) Informatif, yaitu satu bentuk pesan yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penerangan. Penerangan berarti menyampaikan apa adanya, apa sesungguhnya, di atas fakta dan data yang benar serta pendapat yang benar pula.
- d) Persuasif, yaitu mempengaruhi dengan cara membujuk.
- e) Edukatif, yaitu salah satu cara mempengaruhi khalayak dari suatu pernyataan umum yang dilontarkan. Metode mendidik berarti

memberikan suatu ide, fakta, pendapat, pengalaman, dengan sengaja, teratur dan terencana, dengan tujuan mengubah tingkah laku komunikan.

f) Kuarsif, yaitu mempengaruhi khalayak dengan cara memaksa.

4. Seleksi dan Penggunaan Media

Pemilihan media dalam komunikasi haruslah selektif, maksudnya komunikator harus mampu melihat dan menyesuaikan keadaan dan kondisi khalayak dengan media komunikasi yang akan digunakan. Hal ini dikarenakan situasi dan kondisi komunikan tidak semua sama, seperti halnya media komunikasi yang memiliki kelebihan dan kekurangannya sendiri.

Beberapa bentuk komunikasi politik yang dikemukakan oleh Hikmat (2018), yaitu:

- a. Retorika, berasal dari bahasa Yunani yaitu *rhetorica* yang berarti seni berbicara. Retorika adalah sebuah teknik membujuk atau merayu secara persuasif untuk menghasilkan bujukan melalui karakteristik pembicara yang emosional atau argument yang kuat (*logo*).
- b. Agitasi Politik, berasal dari bahasa latin, *agitare* yang artinya bergerak atau menggerakkan. Agitasi adalah menggerakkan massa dengan pidato yang berapi-api untuk mempengaruhi massa, biasanya dilakukan oleh tokoh. Aktivis politik atau ormas.
- c. Propaganda, berasal dari bahasa latin, *propagare* (menanamkan tunas pada tanaman), yang awalnya merupakan bentuk kegiatan penyebaran agama. Propaganda adalah penerangan (paham, pendapat, dan sebagainya) tentang benar atau salahnya sesuatu yang dikembangkan untuk maksud meyakinkan orang supaya menganut suatu aliran, sikap, atau arah tindakan tertentu yang disertai dengan janji-janji.
- d. *Public Relations (PR) Politic*, merupakan suatu upaya alternatif yang dibentuk untuk mengimbangi propaganda negatif yang dianggap membahayakan kehidupan sosial politik. Kampanye Politik, merupakan salah satu bentuk komunikasi politik yang dilakukan orang atau

kelompok pada waktu tertentu dengan tujuan mendapatkan simpati dan dukungan politik dari rakyat atau calon pemilih.

- e. Lobi Politik, adalah sesungguhnya tempat para tamu menunggu (*lobby*) untuk berbincang-bincang di hotel, Namun, karena yang hadir adalah para aktivis politik, maka yang dibicarakan adalah politik (*political lobbying*) yaitu dialog secara informal namun penting.
- f. Media Massa, dilakukan sebagai upaya perluasan panca indera manusia (*sense extension theory*) dan sebagai media pesan (*the medium in the message*). Dalam hal ini, pesan politik yang disampaikan bermaksud untuk mendapatkan pengaruh, kekuasaan, otoritas, membentuk dan mengubah opini publik atau dukungan serta citra politik dengan dukungan alat komunikasi sehingga dapat menjangkau lebih luas khalayak umum. Perkembangan teknologi saat ini, menggunakan media sosial dengan dukungan jaringan internet.

2.1.5 Teori Komunikasi Politik

Fenomena komunikasi politik tidak berbeda dengan fenomena komunikasi dan fenomena politik. Orang melukiskan, baik komunikasi maupun politik sebagai serbahadir (*ubiquitous*). Artinya, komunikasi dan politik itu berada di manapun dan kapanpun juga. Memang komunikasi dan politik itu merupakan sesuatu yang serbahadir. Setiap orang berkomunikasi dan berpolitik. Komunikasi politik dapat diterangkan berdasarkan empat perspektif atau paradigma sebagaimana perspektif yang dikemukakan oleh B. Aubrey Fisher (Arifin, 2011:89).

- 1) Paradigma Mekanistik Model mekanistik dalam komunikasi dan komunikasi politik adalah model yang paling lama dan paling banyak dianut sampai sekarang. Paradigma ini adalah paradigma yang paling tua dan tunduk di bawah dominasi ilmu fisika. Doktrin mekanisme yang diwarnai oleh cara berpikir kausal atau determinis sangat mudah dipahami, terutama dalam merumuskan komunikasi sebagai proses. Berdasarkan doktrin itulah komunikasi dikonseptualisasi sebagai proses mekanis di antara manusia. Sebagai proses yang mekanis, dalam

komunikasi terdapat sesuatu (pesan) mengalir melintasi ruang dan waktu dari satu titik (sumber/penerima) kepada titik yang lain (sumber/penerima) secara simultan. Eksistensi empiriknya (lokusnya) terletak atau berada pada saluran.

Penerapan mekanisme dalam kajian komunikasi politik akan dengan mudah dilakukan. Secara mekanistik, dengan mudah Dan Nimmo menjabarkan formula Lasswell, bahwa dalam komunikasi politik terdapat unsur-unsur yang banyak dikenal, yaitu komunikator politik, pesan politik, media politik, khalayak politik dan efek politik. Model seperti itu sangat mendominasi kajian komunikasi politik, baik yang dikembangkan dalam ilmu politik maupun dalam kajian ilmu komunikasi.

Efek politik telah menjadi pusat kajian komunikasi politik dalam paradigma mekanistik. Doktrin mekanisme juga mengajarkan bahwa selain efek itu bisa diramalkan, juga bisa diciptakan (direkayasa), dengan menghilangkan kendala atau rintangan yang mungkin terjadi melalui suatu perencanaan pada awal. Mengetahui masa kini, orang bisa meramalkan masa yang akan datang, adalah merupakan doktrin mekanisme yang sudah diketahui secara luas.

2) Paradigma Psikologis

Dalam paradigma psikologis, komunikasi dikonseptualisasi sebagai penerimaan dan pengolahan informasi pada diri individu. Perspektif yang dipengaruhi secara sporadis (tidak mendalam sebagai mana pengaruh fisika terhadap perspektif mekanistik) oleh psikologi itu adalah mengadaptasikan konsep S-R (Stimulus-Respon) dalam komunikasi. Hal itu menimbulkan orientasi komunikasi yang berpusat pada diri individu (penerima).

Eksistensi empiriknya terletak pada diri individu penerima (komunikasi), yaitu pada kepala individu yang dinamakan "filter konseptual". Filter konseptual dapat digambarkan sebagai: sikap,

keyakinan, motif, dorongan, citra, konsep diri, tanggapan, dan persepsi, yang dapat menjadi penangkal atau penyerap dari semua rangsangan yang dapat menyentuh individu. Komunikasi dalam model psikologi merupakan masukan dan luaran stimuli yang ditambahkan dan diseleksi dari stimuli yang terdapat dalam lingkungan informasi. Komponen komunikasi dalam paradigma psikologis adalah stimulus dan respon. Dasar konseptual model ini, ialah bahwa penerima adalah penyandi yang aktif atas stimuli terstruktur yang memengaruhi pesan dan salurannya.

3) Paradigma Interaksional

Dalam paradigma interaksional, menurut Fisher, komunikasi di konseptualisasi sebagai interaksi manusiawi pada masing-masing individu. Walaupun interaksi itu sering disamakan dengan komunikasi terutama komunikasi dua-arah, namun dalam paradigma ini, konsep itu tidak berlaku. Karakteristik utama dari paradigma ini ialah penonjolan nilai individu di atas segala pengaruh yang lainnya karena manusia dalam dirinya memiliki esensi kebudayaan, saling berhubungan, serta masyarakat, dan buah pikiran. Setiap bentuk interaksi sosial dimulai dan berakhir dengan mempertimbangkan diri manusia. Itulah sebabnya perspektif ini, dipandang paling manusiawi di antara semua perspektif komunikasi yang ada.

Paradigma interaksional dalam komunikasi amat sering dinyatakan sebagai komunikasi dialogis atau komunikasi yang dipandang sebagai dialog. Unsur fundamental dalam dialog adalah melihat yang lain atau memandang pihak yang lain sehingga proses dasar dalam dialog ialah konsep pengambilan peran. Hal itu memungkinkan individu untuk menemukan dan mengembangkan diri melalui interaksi sosial karena didalamnya terkandung ikatan empati, identifikasi diri, atau saling pengertian, eksistensi empirik komunikasi dalam paradigma interaksional ini ialah “pengambilan peran individu”. Komponen komunikasi dalam model interkasional itu sangat berlainan dari model

terdahulu, yaitu: peran, orientasi, kesearahan, konsep kultural, dan adaptasi. Paradigma interaksional yang memberi penekanan pada faktor manusiawi, sangat tepat dan relevan dalam komunikasi politik yang demokratis.

4) Paradigma Pragmatis

Dalam model pragmatis tindakan yang diamati, menurut Fisher adalah tindakan atau “perilaku yang berurutan” dalam “konteks waktu” dalam “sebuah sistem sosial”. Tindakan atau perilaku tersebut dapat berupa ucapan, tindakan, atau perilaku. Dalam pragmatis, berorientasi pada perilaku komunikator, adalah alam suatu sistem sosial. Dalam perspektif pragmatis, tindak dan perilaku bukanlah hasil atau efek dari proses komunikasi, melainkan tindak atau perilaku itu sendiri adalah sama, (komunikasi berupa perilaku atau tindakan).

Dalam banyak hal paradigma pragmatis itu memang mengingkari prinsip-prinsip utama mekanisme, psikologi dan interaksional. Pragmatika memang menyajikan alternatif paradigma yang sangat berbeda dengan ketiga paradigma yang terdahulu. Hal itu dapat dipahami karena perspektif pragmatis, memang didasarkan pada asumsi pokok dari teori sistem sosial dan teori informasi. Dengan demikian, komponen pokok dalam perspektif pragmatis adalah: pola interaksi, fase, siklus, sistem, struktur dan fungsi. Sepanjang suatu periode waktu lama, pola interaksi dan fase-fasenya dapat saja berubah, mungkin sebagai akibat adanya perubahan lingkungan atau perubahan struktural dalam suatu sistem sosial. Namun, perbedaan konseptual antara interaksi, fase dan siklus tetap merupakan karakteristik dalam sistem komunikasi dalam perspektif pragmatis.

Dari paradigma komunikasi politik yang telah dijelaskan Arifin (2011:89), dapat diturun beberapa teori dasar, teori-teori yang telah lama di aplikasikan dalam kegiatan komunikasi politik. Pada dasarnya teori-teori tersebut berbeda satu dengan yang lainnya karena memang bersumber dari

paradigma yang berbeda. Berdasarkan keempat paradigma yang telah diuraikan, dapat dikemukakan empat teori dasar yang digunakan dalam aplikasi komunikasi politik, yaitu:

1) Teori Khalayak Kepala Batu

Teori khalayak kepala batu itu dikembangkan oleh pakar psikologi, Raymond Bauer pada 1964. Fokus penelitian teori ini adalah komunikasi (khalayak). Para pakar terutama pakar psikologi maupun sosiologi mencurahkan perhatian kepada faktor individu. Mereka mengkaji faktor-faktor yang membuat individu mau menerima pesan-pesan komunikasi. Salah satu diantaranya adalah lahirnya teori atau model guna dan kepuasan (uses and gratifications). Uses and Gratifications dikembangkan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler dan Michael Gurevitch pada 1974. Model ini dibangun atas asumsi dasar bahwa manusia adalah makhluk yang sangat rasional dan sangat aktif, dinamis dan selektif terhadap semua pengaruh dari luar dirinya. Khalayak yang selektif itu akan memilih berdasarkan kegunaan dan untuk memenuhi kepuasan pribadinya.

Pada dasarnya kedua teori ini dimasukkan kedalam kelompok besar paradigma psikologis dari komunikasi politik. Meskipun individu menerima pesan karena kegunaan atau karena untuk memenuhi kepuasan dirinya berdasarkan perbedaan individu, kategori sosial, atau hubungan sosial, namun yang terpenting dalam paradigma psikologis ini ialah semua pesan politik itu diolah secara internal pada diri individu. Proses berpikir dimulai dari rangsangan pesan politik dari luar, yang diterima individu melalui panca indera. Kemudian di teruskan ke otak dan timbullah pengamatan. Dengan pengamatan itu individu sadar bahwa ada pesan dari luar dirinya. Namun tidak semua yang diamati dapat menjadi perhatian, karena bisa saja tergeser oleh pandangan yang lain, oleh sebab itu diperlukan pengamatan yang fokus yang disebut perhatian.

Pesan politik yang mendapat perhatian tersebut diolah dengan alat-alat kerohanian (akal, budi, dan intuisi) sehingga dapat terjadi pengertian dan

pengetahuan politik (kognitif). Hasil proses berpikir selanjutnya adalah keputusan politik (pembentuk pendapat) dan kesimpulan politik (sikap politik). Selanjutnya berpindah kepada aspek motorik, dengan melakukan tindakan politik atau perilaku politik sebagai manifestasi dari hasil olahan pikiran. Dengan demikian setiap individu akan menyaring, menyeleksi, dan mengolah secara internal yang berasal dari luar dirinya, sebagai proses psikologi yang mendasar. Hal tersebut berkaitan dengan usia, jenis kelamin, pendidikan, pengalaman empiric seseorang dan hubungan sosial. Teori khalayak kepala batu ini sangat penting menjadi kerangka acuan dalam melaksanakan komunikasi politik di negara demokrasi. Itulah sebabnya dinegara demokrasi kegiatan *public relations* itu tumbuh dan berkembang.

2) Teori Empati dan Teori Homofili

Persuasif yang positif berkaitan juga dengan teori empati dan teori homofili. Teori empati yang dikembangkan oleh Berlo dan Daniel Learner, teori homofili yang di perkenalkan oleh Everett M. Rogers dan F. Shoemaker. Teori ini merupakan penjabaran dari paradigma interaksional. Secara sederhana, empati adalah kemampuan menempatkan diri pada situasi dan kondisi orang lain. Menurut Daniel Learner, empati adalah kesanggupan seseorang melihat diri sendiri kedalam situasi orang lain dan kemudian melakukan penyesuaian. Dalam hal ini, individu harus memiliki kepribadian mobil, yaitu kepribadian yang mudah bergerak dan menyesuaikan diri dengan situasi dan kondisi orang lain.

Istilah homofili berasal dari Yunani yaitu homonios yang berarti sama. Jadi homofili berarti komunikasi dengan orang yang sama, yaitu derajat orang yang berkomunikasi memiliki kesamaan dalam beberapa hal. Homofili dapat digambarkan sebagai suasana dan kondisi kepribadian dan kondisi fisik dua orang yang berinteraksi karena memiliki kebersamaan usia, bahasa, pengetahuan, kepentingan, organisasi, partai, agama, suku bangsa, dan pakaian. Sulit sekali terjadi interaksi yang intensif jika dua orang yang berinteraksi bersifat heterofili, yaitu tidak memiliki kesamaan

bahasa, pengetahuan dan kepentingan. Empati dan homofili akan menciptakan semua yang akrab dan intim sehingga komunikasi politik dapat berjalan secara interaksional. Dalam hal itu interaksi yang terjadi antara dua subjek yang selevel dan sederajat. Dalam komunikasi politik yang bersifat dialogis, tidak dikembangkan aku atau kamu, melainkan yang menonjol adalah kita.

3) Teori Informasi dan Teori Nonverbal

Dalam teori informasi menurut B. Aubrey Fisher, informasi diartikan sebagai pengelompokan peristiwa-peristiwa dengan fungsi dan tujuan untuk menghilangkan ketidakpastian. Informasi dapat disebut sebagai konsep yang absolut dan relatif karena informasi diartikan bukan pesan, melainkan jumlah, benda dan energi. Jika dikaitkan dengan teori relativitas “bertindak” pun merupakan sebuah informasi dalam arti sebuah kemungkinan alternatif yang dapat di prediksi berdasarkan pola peristiwa dari waktu ke waktu. Lawrence dan Wilbur Schramm merumuskan bahwa informasi adalah setiap hal yang membantu kita menyusun atau menukar pandangan tentang kehidupan. Dengan singkat dapat dikatakan bahwa informasi adalah semua hal yang dapat dipakai dalam bertukar pengalaman. Jadi informasi dalam komunikasi politik dapat berarti: sikap politik dan pendapat politik, media politik, kostum partai politik, dan tamu kader partai politik.

Dapat dikatakan informasi dalam teori informasi pada hakikatnya adalah komunikasi politik yang bersifat nonverbal (tidak terucapkan). Mehrabian, memperkirakan bahwa ada sekitar 93% dampak komunikasi diakibatkan oleh pesan yang nonverbal. Sedangkan Birdwhistell mengatakan bahwa hanya sekitar 30-35% makna sosial percakapan atau interaksi sosial dilakukan dengan kata-kata yang terucapkan, sedangkan sisanya dilakukan dengan pesan nonverbal. Komunikasi nonverbal, menurut Mark L. Knapp adalah:

- a). Repetisi, yaitu mengulang kembali gagasan yang sudah disampaikan secara verbal, misalnya memuji sambil mengangkat jempol;

- b). Substitusi, yaitu menggantikan lambing-lambang verbal, misalnya menolak ucapan dengan menggelengkan kepala;
- c). Kontradiksi, yaitu memberi makna yang lain terhadap pesan verbal, misalnya bersalaman tetapi melihat ketempat lain;
- d). Komplemen, yaitu melengkapi atau memperkaya pesan verbal, misalnya bersorak sambil meloncat-loncat;
- e). Aksentuasi, yaitu menegaskan kesan verbal, misalnya menegaskan tekad dengan mengepalkan tinju.

2.2 Tinjauan Tentang Pemenangan Pemilu

2.2.1 Pengertian Pemenangan Pemilu

Pemenangan dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), diartikan dapat mengalahkan (musuh, lawan, saingan); unggul: meraih (mendapat) hasil (perolehan) karena dapat mengalahkan lawan (saingan). Sedangkan Pemenangan, yang merupakan kata benda dari menang memiliki arti yaitu suatu proses, cara, perbuatan memenangkan.

Pemilu adalah perayaan demokrasi yang menjadi landasan politik dalam berbangsa dan bernegara untuk membangun masa depan yang lebih baik. Pemilu sebagai pilar demokrasi mengantarkan bangsa dan negara dalam meraih demokrasi dan membangun peradabannya. Selain itu, pemilu menjadi momentum evaluatif yang penting bagi rezim kekuasaan dalam mewujudkan cita-cita kemerdekaan negara (Chaniago, 2016:197).

Pemilu adalah salah satu indikator dalam mengukur demokratisnya pemerintahan suatu negara saat ini. Tidaklah dapat dipungkiri bahwa saat sistem demokrasi mendapatkan perhatian yang luas dari warga dunia, penyelenggaraan pemilu yang demokratis menjadi syarat penting dalam proses pembentukan kepemimpinan sebuah negara. Hal ini berlaku untuk setiap negara yang menganut prinsip-prinsip demokrasi dalam proses penyelenggaraan kekuasaannya, tidak terkecuali bagi Indonesia. Pemilu merupakan salah satu tolak ukur berjalannya demokratisasi, karena itu pemilu

harus dilaksanakan berdasarkan prinsip-prinsip demokrasi Indonesia yang berlaku sebagaimana terdapat ketentuan Undang-Undang Dasar 1945, di mana pemilu dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil sesuai dengan kaidah universal penyelenggaraan pemilu yang demokratis

Terkait dengan pentingnya pemilu dalam proses demokratisasi tersebut, maka penting untuk mewujudkan pemilu yang memang benar-benar mengarah pada nilai-nilai demokrasi yang mendukung demokrasi itu sendiri. Pemilu memiliki arti penting dalam menyalurkan dan mewujudkan aspirasi suara rakyat dalam berbagai kebijakan penyelenggaraan negara, bukan hanya secara formal pemberian legitimasi pemegang kekuasaan. Keberhasilan pemilu yang dilaksanakan merupakan bagi semua komponen bangsa, bukan hanya milik kemenangan peserta pemilu (Bawaslu, 2018:15).

Terdapat regulasi atau aturan-aturan dalam sebuah penyelenggaraan pemilu yang harus dipatuhi baik itu oleh penyelenggara pemilu ataupun peserta pemilu. Regulasi tersebut merupakan pedoman bagi penyelenggara pemilu dalam melaksanakan atau menjalankan tugasnya. Selain itu dalam regulasi pemilu juga terkandung regulasi konflik pemilu yang menjadi pengendali apabila terjadi pertentangan baik itu antara sesama peserta pemilu, antara sesama penyelenggara pemilu ataupun antara peserta pemilu dengan penyelenggara pemilu (Anggraini, 2019: 117).

Pemilu sebagai mekanisme pelaksanaan kedaulatan rakyat diadopsi secara khusus di dalamnya, yaitu dalam bab VIII B tentang Pemilihan Umum. Dimuatnya Pemilu seiring dengan diubahnya rumusan Pasal 1 ayat (2) UUD 1945 menutup ruang dilakukannya pengisian jabatan anggota DPR, DPD, dan DPRD melalui pengangkatan oleh Presiden seperti yang pernah dikemukakan Muhammad Yamin. Praktik pengisian jabatan anggota DPR dan DPRD melalui pengangkatan pernah dipraktikkan pada Era Orde Lama maupun Orde Baru.

Pemilu sebagai mekanisme pelaksanaan kedaulatan rakyat, di dalam UUD 1945 memberi batas demokrasi yang jelas, sehingga tidak tersedia ruang untuk mengurangi hak rakyat menentukan siapa yang akan memerintah dan hak rakyat untuk turut berkonsentrasi merebut kekuasaan melalui pemilu. Artinya UUD 1945 menempatkan pemilu sebagai ukuran benarnya menentukan berjalan tidaknya demokrasi sebagai perwujudan hak setiap warga untuk diberi kesempatan yang sama dan efektif dalam memilih dan hak dipilih (Fahmi, 2017:758).

Menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Pemilu, yang dimaksud penyelenggaraan Pemilu adalah Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai pelaksana teknis, Badan Pengawas pemilu (Bawaslu) sebagai badan yang mengawasi penyelenggaraan pemilu pada setiap tahapan, dan Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu (DKPP) suatu Lembaga yang tidak secara langsung terlibat dalam penyelenggaraan pemilu apabila terjadi pelanggaran kode etik.

Menurut Robert Dahl pemilu merupakan gambaran ideal dan maksimal bagi suatu pemerintahan demokrasi di zaman modern (Fahmi, 2017:758). Dimana pemilu adalah lembaga sekaligus prosedur praktik politik untuk mewujudkan kedaulatan rakyat yang memungkinkan terbentuknya sebuah pemerintahan perwakilan (*representative government*). Selain itu, pemilu sebagai prosedur demokrasi atau pesta demokrasi adalah untuk membentuk sistem kekuasaan negara yang berkedaulatan rakyat dan pemusyawaratan perwakilan yang digariskan oleh konstitusi atau Undang-Undang Dasar Negara. Kekuasaan negara yang lahir dengan cara pemilihan umum adalah kekuasaan yang lahir dari bawah menurut kehendak rakyat dan dipergunakan sesuai dengan keinginan rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 tentang pemilu pasal 1 menyatakan yang dimaksud dengan pemilihan umum yang selanjutnya disebut pemilu adalah sarana kedaulatan rakyat untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat, anggota Dewan Perwakilan Daerah,

Presiden dan Wakil Presiden, dan untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (bpkp.go.id, 2021).

Pemenangan pemilu dapat diartikan sebagai proses atau cara untuk memenangkan pemilihan umum berdasarkan ketentuan yang berlaku. Pemenangan pemilu juga dapat diartikan sebagai cara agar dapat unggul dibanding kandidat atau kontestan lain dan meraih kemenangan dengan jalan yang sudah disepakati dalam peranturan perundang-undangan demi terwujudnya negara yang demokratis. Kemenangan akan tetap menjadi fokus, baik tercermin dalam mandate, dalam perolehan tambahan suara, dalam sebuah kemenangan pemilu bagi kandidat atau dalam memperoleh suara mayoritas untuk pemberlakuan suatu peraturan atau kebijakan. Bagaimana kemenangan itu digunakan, itulah tujuan politik yang ada dibalik hasil yang muncul dipermukaan (Schroder 2013).

Pemenangan pemilu tidak terlepas dari upaya untuk lolos dalam ambang batas (*threshold*), terdapat tiga sistem (3) ambang batas dalam pemilu yaitu:

1). *Electoral Threshold*

Electoral threshold merupakan tingkat dukungan minimal yang dibutuhkan oleh suatu partai politik agar memperoleh perwakilan di lembaga legislative atau parlemen. Saat ini, *electoral threshold* dijadikan syarat bagi partai-partai untuk menjadi peserta dalam pemilu berikutnya. Dalam Sejarah pemilu Indonesia, *electoral threshold* pernah diterapkan pada partai peserta pemilu 2004 dan pemilu 2009.

2). *Parliamentary Threshold*

Ambang batas parlemen atau biasa disebut *parliamentary threshold* adalah ambang batas perolehan suara minimal partai politik peserta pemilu untuk diikutsertakan dalam penentuan perolehan kursi di DPR. *Parliamentary Threshold* pertama kali diterapkan pada pemilu 2009.

Menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum (UU Pemilu) disebutkan bahwa ambang batas parlemen adalah sebesar 4% atau dengan kata lain partai politik yang memiliki suara 4% berhak memperoleh kursi di parlemen.

3). *Presidential Threshold*

Presidential threshold adalah ambang batas pencalonan presiden (capres) dan wakil presiden (cawapres) oleh partai politik. *Presidential threshold* pertama kali diatur dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2003 tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden serta diterapkan dalam pemilu 2004, pemilu 2009, dan pemilu 2014.

Sejak berlakunya UU Pemilu dan dijalankan pemilu serentak, aturan *presidential threshold* menggunakan perolehan jumlah kursi DPR dan suara sah nasional pada pemilu legislative sebelumnya. *Presidential threshold* dalam UU Pemilu ditetapkan sebesar 20% dari jumlah kursi DPR atau 25% dari suara sah nasional. Aturan ini masih berlaku dan dipakai pada pemilu 2024 mendatang.

2.2.2 Fungsi Pemilu

Dalam ilmu politik, terdapat lima fungsi Pemilu (upaya mencapai tujuan pemilu) yang tidak bisa dipisahkan satu sama lain, yang juga berhubungan dengan tujuan pemilu itu sendiri. Berikut fungsi dari pemilu:

- a. Pemilu berfungsi untuk mengatur prosedur seseorang untuk dipilih menjadi anggota badan perwakilan rakyat atau menjadi kepala pemerintahan.
- b. Pemilu berfungsi sebagai mekanisme pergantian atau sirkulasi elit penguasa. Keterkaitan pemilu dengan elit didasarkan pada asumsi bahwa elit berasal dari dan bertugas mewakili masyarakat luas.
- c. Pemilu berfungsi sebagai perwakilan politik. Fungsi ini menjadi kebutuhan rakyat, baik dalam rangka mengevaluasi maupun mengontrol perilaku pemerintah dan program serta kebijakan yang dihasilkannya.

- d. Pemilu berfungsi sebagai sarana legitimasi politik. Fungsi ini menjadi kebutuhan pemerintah dan sistem politik yang mewadahi format pemilu yang berlaku. Dalam hubungan ini, Benyamin Ginsberg menyebutkan bahwa fungsi legitimasi merupakan konsekuensi logis yang dimiliki oleh pemilu, yakni untuk mengubah suatu keterlibatan politik massa dari yang bersifat sporadis dan dapat membahayakan menjadi suatu sumber utama bagi otoritas dan kekuatan politik nasional
- e. Pemilu berfungsi sebagai sarana pendidikan politik bagi rakyat. Pemilu ini merupakan salah satu bentuk pendidikan politik bagi rakyat yang bersifat langsung, terbuka, dan massal, yang diharapkan bisa mencerdaskan pemahaman politik dan meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai demokrasi (Kartiwa, 2018: 207-209).

2.2.3 Sistem Pemilihan Umum dan Sistem Kepartaian di Indonesia

Berbicara mengenai Pemilu, berarti akan berbicara mengenai sistemnya, yakni sistem pemilihan umum. Dalam sistem pemilu, terdapat adanya peraturan perundang-undangan yang terdiri dari tiga variabel pokok, yaitu penyuaaran, distrik pemilihan dan formula pemilihan Surbakti, 2018). Penjelasan dari masing masing variabel adalah sebagai berikut:

- a. Penyuaaran, yaitu tata cara atau prosedur yang harus diikuti pemilih yang berhak dalam memberikan suara. Variabel penyuaaran ini terdapat di negara-negara yang menganut sistem politik demokrasi yang menjamin kemajemukan, sedangkan pemilu dinegara-negara komunis biasanya tidak mempunyai alternatif terhadap partai politik atau calon.
- b. Daerah pemilihan, yaitu ketentuan yang mengatur berapa jumlah kursi wakil rakyat untuk setiap daerah pemilihan, baik itu satu kursi per distrik atau lebih dari satu kursi per daerah pemilihan. Dalam menentukan daerah pemilihan ini, setidaknya-tidaknya terdapat dua faktor yang selalu dipertimbangkan, yakni wilayah administratif dan jumlah penduduk.

- c. Formula pemilihan, yaitu rumus yang digunakan untuk menentukan siapa atau partai politik apa yang memenangkan kursi di suatu daerah. Formula pemilihan dapat dibedakan menjadi tiga, yakni formula pluralitas, formula mayoritas, dan formula perwakilan berimbang.

Selain formula pemilihan tersebut, di dalam literatur ilmu politik dikenal sebagai dua sistem pemilihan, yakni *single member constituency* (satu daerah pemilihan memilih satu wakil yang disebut sistem distrik), dan *multi member constituency* sistem perwakilan berimbang (satu daerah memilih beberapa wakil, biasanya disebut *propotional representation* atau sistem perwakilan berimbang). Adapun penjabarannya sebagai berikut (Irfadilah, 2021):

- a. Sistem distrik, sistem ini merupakan sistem pemilihan yang paling tua dan didasarkan atas kesatuan geografis. Setiap kesatuan geografis mempunyai satu wakil dan dewan perwakilan rakyat. Untuk keperluan itu, negara dibagi dalam sejumlah besar distrik dan jumlah wakil rakyat dalam dewan perwakilan rakyat yang ditentukan oleh jumlah distrik. Calon yang di dalam satu distrik memperoleh suara terbanyak dikatakan pemenang, sedangkan suara-suara yang ditujukan kepada calon-calon lain dalam distrik itu dianggap hilang dan tidak diperhitungkan lagi, bagaimanapun kecilnya selisih kesalahannya. Dalam praktik lapangan, sistem distrik ini dikombinasikan dengan beberapa formulasi pemilihan, antara lain menggunakan formula pluralitas dan formula mayoritas. Dalam konteks praktik memilih calon, sistem distrik ini sering dikombinasikan dengan model perwakilan, antara lain sistem distrik berwakil satu; sistem distrik berwakil dua; dan sistem distrik berwakil banyak.
- b. Sistem perwakilan berimbang, sistem ini awalnya dimaksudkan untuk menghilangkan beberapa kelemahan dari sistem distrik yaitu bahwa jumlah kursi yang diperoleh oleh suatu golongan atau partai ialah sesuai dengan jumlah suara yang diperolehnya. Dalam pelaksanaannya, sistem perwakilan berimbang ini dikombinasikan dengan beberapa prosedur, antara lain sistem daftar, baik sistem stelsel daftar tertutup maupun

sistem stelsel daftar terbuka. Pada prinsipnya, sistem daftar ini adalah setiap partai mengajukan satu daftar calon untuk dipilih. Dalam hal ini, pemilih memilih partai, dan setelah itu sebagian besar pemilih tidak lagi bisa mengetahui apalagi menentukan orang yang akan ditunjuk partai untuk mewakili mereka di DPR.

Kelebihan sistem perwakilan berimbang adalah dianggap demokratis dan representatif, oleh karena semua aliran yang ada dalam masyarakat terwakili dalam parlemen, sedangkan jumlah wakil dalam badan itu sesuai dengan jumlah suara yang diperoleh dari masyarakat dalam masing-masing daerah pemilihan dan dianggap lebih adil karena golongan kecil sekalipun mempunyai kesempatan untuk mendudukkan wakil dalam departemen.

Kekurangan sistem perwakilan berimbang adalah mempermudah fragmentasi partai dan menimbulkan kecenderungan kuat dikalangan anggota untuk memisahkan diri dari partainya dan membentuk partai baru, wakil yang terpilih merasa dirinya lebih terikat kepada partai daripada daerah yang mewakilinya disebabkan partai lebih menonjol perannya daripada kepribadian seseorang. Banyaknya partai yang bersaing menyulitkan suatu partai untuk meraih mayoritas (50% + 1) yang perlu membentuk suatu pemerintahan dan biasanya sistem perwakilan berimbang dikombinasikan dengan beberapa prosedur lain. Prosedur dalam sistem perwakilan berimbang antara lain yaitu dengan sistem daftar (*list system*), kemudian dibagi lagi menjadi sistem daftar tertutup dan sistem daftar terbuka. Berikut ini uraian sistem pemilu yang mengandung tiga variabel pokok yaitu sebagai berikut:

a) Penyuaran

Penyuaran adalah tata cara yang harus diikuti pemilih yang berhak dalam memberikan suara pilihan yang dihadapi pemilih terdiri atas tiga kemungkinan yakni memilih partai, memilih calon, dan keduanya (partai politik dan daftar calonnya).

b) Daerah Pemilihan (*Electoral District*)

Daerah pemilihan adalah ketentuan yang mengatur beberapa jumlah kursi wakil rakyat untuk setiap daerah pemilihan. Dalam menentukan daerah pemilihan ini setidaknya terdapat dua faktor yang harus dipertimbangkan, yakni wilayah administrasi dan jumlah penduduk.

c) Formula Pemilihan

Formula pemilihan adalah rumus yang digunakan untuk menentukan siapa atau partai politik apa yang memenangkan kursi di suatu daerah pemilihan.

Ketiga variabel tersebut bersifat saling berhubungan, karena kedua variabel lainnya merupakan konsekuensi logis dari yang pertama. Penjelasan ini menyebabkan sistem pemilu ditandai dengan formula pemilihan yang digunakan.

2.2.4 Fusi, Konflik dan Perpecahan Partai Politik Di Indonesia

Fusi partai politik atau penyederhanaan (penggabungan) partai tahun 1973 merupakan kebijakan yang dibuat oleh Presiden Soeharto. Tujuan fusi partai politik atau fusi parpol sendiri adalah untuk menciptakan stabilitas politik kehidupan berbangsa dan bernegara. Kebijakan fusi parpol dianggap sebagai syarat utama untuk mencapai pembangunan ekonomi Indonesia.

Diberlakukannya kebijakan fusi parpol didasari oleh tidak stabilnya politik pada masa Orde Baru yang disebabkan oleh sistem kepartaian. Selain itu, diketahui juga bahwa partai politik pada era Orde Baru sangatlah banyak, sehingga memunculkan banya ideologi sekaligus kepentingan partai. Pemilihan umum tahun 1955 telah melahirkan sampai 29 partai yang masih ditambah dari perorangan atau independen. Oleh sebab itu, pada masa Demokrasi Terpimpin, Presiden Soekarno melakukan Fusi Parpol berdasarkan Penpres No. 7 Tahun 1959 dan Perpres No. 13 Tahun 1960.

Penpres No. 7 Tahun 1959 dan Perpres No. 13 Tahun 1960 mengatur tentang pengakuan, pengawasan, dan pembubaran partai politik. Pada

tanggal 14 Mei 1960, diumumkan bahwa hanya ada 10 partai politik yang mendapat pengakuan dari pemerintah. Sejak saat itu, kebijakan Fusi Parpol terus berlangsung sampai Presiden Soekarno melepas jabatannya dan digantikan oleh Presiden Soeharto. Presiden Soeharto mengeluarkan kebijakan Fusi Partai Politik atau penggabungan partai politik tahun 1973 pada era Orde Baru (Adryamarthanino, 2021).

Pemilu 1977 merupakan ajang pemilihan umum kedua rezim Orde Baru setelah sebelumnya dilakukan pada 1971 yang dimenangkan telak oleh Golkar dan memantapkan posisi Soeharto sebagai presiden. Ada catatan sejarah penting dalam penyelenggaraan “pesta demokrasi” ini, yakni peleburan atau fusi partai politik (parpol) peserta pemilu. Terdapat 9 parpol ditambah 1 organisasi masyarakat (ormas), yakni Golkar, yang menjadi kontestan dalam Pemilu 1971. Dua tahun berselang, pada 1973, MPR mengeluarkan ketetapan tentang GBHN yang menegaskan mengenai perlunya pengelompokan organisasi peserta pemilu. Artinya, parpol-parpol yang dianggap “sejenis” akan difusikan.

Kelompok pertama melakukan fusi adalah partai-partai politik berideologi Islam, yakni Partai Nahdlatul Ulama (NU), Partai Muslimin Indonesia (Parmusi), Partai Syarikat Islam Indonesia (PSII), dan Partai Islam PERTI. Dikutip dari buku Strategi PPP 1973-1982 karya Umaldi Radi, keempat partai Islam ini melebur menjadi Partai Persatuan Pembangunan (PPP) terhitung sejak 5 Januari 1973. Djarnawi Hadikusumo, Ketua Parmusi, mengatakan, penggabungan partai-partai politik berideologi Islam menjadi PPP ini tidak menemui kendala berarti karena sesuai dengan rencana yang dicanangkan pada Kongres Umat Islam 1969. Lima hari berselang, tanggal 10 Januari 1973, giliran kelompok nasionalis, plus dua partai agama non-Islam, yang meleburkan diri, yaitu Partai Nasional Indonesia (PNI), Partai Musyawarah Rakyat Banyak (Murba), Ikatan Pendukung Kemerdekaan Indonesia (IPKI) serta Partai Kristen Indonesia (Parkindo) dan Partai Katolik. Hasil fusinya menjadi Partai Demokrasi Indonesia (PDI). Di tengah-tengah dua kubu itu, Golkar, pendatang baru yang langsung

memenangkan Pemilu 1971 dengan telak, tetap berstatus sebagai organisasi masyarakat, dan inilah kendaraan politik Orde Baru yang amat dibutuhkan Soeharto untuk melanggengkan kekuasaan.

Di Balik Siasat Fusi Gagasan fusi sebenarnya sudah pernah tertuang dalam pidato Presiden Soeharto dalam Kongres XII PNI tanggal 11 April 1970 di Semarang. Sebelum itu, wacana penyederhanaan partai-partai politik sudah tertuang dalam Tap MPRS No. XXII/MPRS/1966. Manuel Kaisiepo mengungkapkan, gagasan penyederhanaan partai atau fusi partai awalnya diterima dengan baik oleh partai-partai Islam dan partai-partai berhaluan nasionalis. Gagasan tersebut sempat diwacanakan menjelang Pemilu 1971. Namun, lantaran terjadi pro dan kontra, termasuk penolakan dari Partai Kristen Indonesia dan Partai Katolik, maka rencana penyederhanaan partai-partai politik belum bisa diterapkan di pemilu pertama rezim Orde Baru tersebut. Penyederhanaan partai-partai politik peserta pemilu tentu saja bukan tanpa alasan.

Rully Chairul Azwa (2009) memaparkan, setelah dilakukan kebijakan fusi partai-partai politik pada 1973 itu, posisi Golkar semakin kuat di antara dua kekuatan politik lainnya, yakni PPP dan PDI. Selain itu, partai-partai hasil fusi ternyata tidak lantas bisa bebas bergerak begitu saja. Soeharto melalui jejaring kekuasaannya berhasil menyetir PPP dan PDI lewat Direktorat Sospol di TNI AD dan Kementerian Dalam Negeri. Identitas asli partai-partai yang berfusi pun perlahan digerus sehingga hanya menyisakan dua ideologi besar, yakni partai Islam dan partai nasionalis. PPP, PDI, dan Golkar pun bertarung di Pemilu 1977 untuk memilih calon anggota DPR dan DPRD. Sementara presiden menjadi ranah MPR dan Soeharto lewat segala cara selalu bisa memastikan bahwa ia yang akan tetap menduduki kursi kekuasaan.

Manipulasi yang dilakukan rezim Orde Baru semakin kuat pada Pemilu 1977 ini. Pemilihan menggunakan sistem proporsional daftar tertutup. Pemilih tidak dapat melihat wajah dan mengetahui nama calon-calon anggota parlemen yang seharusnya akan dipilih, dan hanya bisa mencoblos

partai politik. Hasilnya pun sudah dapat diperkirakan. Golkar menang telak dengan perolehan 62,1 persen suara dan memperoleh 232 kursi di DPR. Di posisi kedua ada PPP dengan 29,2 persen suara (99 kursi DPR), dan PDI menduduki tempat ketiga dengan 8,6 persen suara (29 kursi DPR). Golkar lagi-lagi dominan, Soeharto pun tetap nyaman di puncak kekuasaan (Ardanareswari, 2019).

Konflik dan Perpecahan partai politik di Indonesia bukanlah sebuah persoalan yang baru, tetapi fenomena perpecahan partai sudah lama terjadi sebelumnya, di era reformasi partai politik selalu saja di terpa dengan masalah perpecahan yang tak kunjung selesai. Partai politik merupakan sebuah struktur yang terdiri atas beberapa kelompok yang saling berkompetisi dan berbeda pendapat. Setiap kelompok di dalam partai sangat mungkin membawa cara berpikir yang berbeda mengenai bagaimana seharusnya ideologi, platform, dan visi partai dijalankan. Sebagai sebuah entitas kolektif, terbentuknya faksi dan berlangsungnya konflik internal partai menjadi risiko organisasi yang sulit dihindari. Faksionalisasi menjadi hal umum yang terjadi di banyak partai di berbagai negara, tidak hanya pada partai di negara-negara demokrasi.

Kecenderungan konflik internal partaipartai politik tersebut disebabkan oleh kepentingan politik elit-elit partai dalam memilih koalisi mengusung calon presiden wakil presiden dan/atau bergabung serta tetap dengan pemerintah yang berkuasa. Partai-partai politik era reformasi kerap mengalami konflik internal yang berujung pada perpecahan dan menghasilkan kepemimpinan ganda.

Sejarah politik di Indonesia memperlihatkan bahwa faksionalisasi dan konflik internal parpol juga kerap terjadi di dalam dinamika perkembangan partai politik. Bahkan, sejak sebelum kemerdekaan Indonesia, fenomena perpecahan partai politik telah berlangsung, yakni ditandai dengan terbaginya Partai Sarekat Islam Indonesia (PSII) menjadi dua faksi: faksi nonkomunis, dikenal dengan Sarekat Islam (SI) Putih, dan faksi komunis, dikenal sebagai SI-Merah. Pascakemerdekaan, konflik yang berujung pada

perpecahan partai kembali terjadi. Perpecahan internal Partai Masyumi menjadi salah satu kasus besar yang terungkap di awal Pemerintahan Sukarno. Namun, persoalan perpecahan internal parpol tidak hanya dimiliki oleh Masyumi, tetapi oleh hampir semua partai politik pascakemerdekaan.

Peristiwa pembelahan faksi dan konflik internal partai sempat mereda pada era Demokrasi Terpimpin Sukarno. Hal ini disebabkan pada saat itu, Pemerintah Sukarno membatasi jumlah dan pengaruh partai di dalam arena politik, sehingga, untuk tetap mempertahankan peran parpol, maka soliditas dan kohesi partai menjadi penting untuk diperkuat. Namun, persoalan perpecahan partai kembali menguat di masa Orde Baru ketika Pemerintahan Soeharto secara paksa menggabungkan beberapa partai menjadi hanya dua partai, yakni Partai Persatuan Pembangunan (PPP) dan Partai Demokrasi Indonesia (PDI). Akibatnya, konflik antarfaksi di dalam kedua partai itu tak terelakan. Sebagai contoh, pertikaian antarelite PPP menjelang Pemilihan Umum (Pemilu) 1992 yang berakibat pada dualisme pencalonan legislatif (caleg) dalam pemilu dan konflik internal: serta perpecahan elite PDI pada tahun 1991 yang mengakibatkan lahirnya pengurus PDI Tandingan di bawah pimpinan Achmad Soebagjo. Pada era kepemimpinan Soeharto ini, peran pemerintah sangat besar mempengaruhi terbentuknya faksi dan konflik internal partai.

Setelah runtuhnya pemerintah otoritarian, reformasi politik dilakukan secara menyeluruh di bawah sistem demokrasi baru Indonesia. Sistem kepartaian menjadi salah satu aspek yang tidak luput untuk direformasi. Indonesia membuka keran politik seluas-luasnya untuk pendirian parpol, tetapi persyaratan pendirian dan pengaturan organisasi partai diatur semakin ketat di dalam Undang-Undang (UU). Salah satu hal yang diatur di dalam pengorganisasian partai itu berkaitan dengan upaya meminimalkan perpecahan dan konflik internal partai, misalnya, tentang mekanisme penyelesaian kepengurusan ganda dan mekanisme penyelesaian perselisihan partai. Meskipun upaya memperkuat kohesi partai politik telah diupayakan,

persoalan konflik internal partai belum selesai. Alih-alih selesai, persoalan ini justru semakin banyak ditemukan pada era reformasi belakangan ini.

Pembelahan partai politik menjadi beberapa faksi di dalam partai menjadi persoalan hampir di semua partai besar di era reformasi. Awal perpecahan partai di era reformasi terlihat pada tahun 2001 ketika Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan terbagi menjadi faksi pendukung Sidang Istimewa Majelis Perwakilan Rakyat (SI MPR), atau disebut dengan Kaukus Nasionalis dan faksi yang menolak SI MPR. Faksionalisasi PDIP ini diikuti kemudian oleh partai-partai besar lainnya, termasuk Partai Golongan Karya (Golkar), Partai Amanat Nasional (PAN), Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), Partai Demokrat (PD), Partai Persatuan Pembangunan (PPP), dan Partai Keadilan Sejahtera (PKS). Berikut di bawah ini merupakan rekapitulasi beberapa catatan kasus perpecahan faksi partai politik yang terjadi di era reformasi (Budiatri & Putri, 2018).

1. PDIP

- 1) Pada tahun 2001, terdapat faksi yang menolak dan yang mendukung percepatan SI-MPR. Faksi yang mendukung menamakan diri sebagai Kaukus Nasionalis.
- 2) Pada tahun 2002, terdapat beberapa elite yang keluar dari PDIP, termasuk Sophan Sophiaan dan Prof. Dimayati Hartono. Saat itu, pecahan PDIP bahkan mendirikan partai baru bernama Partai Indonesia Tanah Airku (PITA).
- 3) Pada tahun 2005, PDIP terpecah dengan terbentuknya gerakan pemurnian dan pembaharuan partai yang dimotori Kwik Kian Gie dan Suko Waluyo. Beberapa elite mendirikan partai baru, termasuk Eros Djarot yang mendirikan Partai Nasional Benteng Kerakyatan (PNBK).

2. Partai Golkar

- 1) Pada tahun 2002, Partai Golkar terpecah menjadi dua faksi, yakni faksi yang mendukung Akbar Tanjung tetap menjadi Ketua Dewan

Perwakilan Rakyat RI (DPR RI) dan Ketua Umum Partai setelah divonis tiga tahun penjara, dan faksi yang menolak.

- 2) Pada tahun 2004, Partai Golkar terpecah menjadi dua kelompok menjelang Pemilihan Presiden Langsung Putaran kedua. Partai Golkar secara resmi mendukung Megawati-Hasyim Muhzadi, sementara beberapa elite menolak dan mendukung Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) Jusuf Kala (JK). Akibatnya, faksi yang berseberangan dengan Dewan Pengurus Pusat (DPP) Golkar membentuk Forum Pembaharuan Partai Golkar.
- 3) Pada tahun 2012, Partai Golkar terpecah antara kelompok yang mendukung Aburizal Bakrie sebagai calon presiden dalam Pemilu 2014, dan yang mendukung Jusuf Kalla.
- 4) Pada tahun 2014, Partai Golkar terpecah menjadi dua faksi yakni pertama yang dipimpin okh Agung Laksono, dan yang kedua di imami oleh Aburizal Bakrie.

3. PAN

- 1) Pada tahun 2006, PAN mengalami perpecahan setelah kelompok pendukung PAN berbasis Muhammadiyah yang digawangi oleh Angkatan Muda Muhammadiyah (AMM) kecewa dengan partai, dan akhirnya mendirikan partai baru bernama Partai Matahari Bangsa (PMB).
- 2) Tahun 2020, pada kongres PAN V di Kendari, terdapat ketidaksepakatan akan kemenangan Zulkifli Hasan sebagai ketua umum lagi. Beberapa pengikut yang tidak sepakat termasuk Amien Rais sebagai pendiri PAN pun menyatakan hengkang dari PAN dan mendirikan Partai Ummat.

4. PKB

- 1) Pada tahun 2002, PKB terpecah menjadi dua faksi yakni kubu Matori Abdul Djalil dan kubu Alwi Shihab (didukung oleh Abdurrahman Wahid atau Gus Dur).
- 2) Pada tahun 2005, PKB terbagi menjadi dua faksi antara faksi Alwi Shihab dan Syaifullah Yusuf dengan faksi Muhaimin Iskandar (yang didukung oleh Gus Dur).
- 3) Pada tahun 2008, terjadi konflik internal PKB antara kubu Muhaimin Iskandar dengan kubu Abdurrahman Wahid, yang kemudian dilanjutkan oleh Yenny Wahid pasca-wafatnya Gus Dur.

5. Partai Demokrat

- 1) Pada tahun 2005, PD mengalami perpecahan setelah sejumlah kader partainya merasa kecewa atas beberapa hal termasuk terpilihnya Anas Urbaningrum sebagai ketua partai dan tidak masuknya sejumlah nama rekomendasi partai yang menjadi menteri di dalam Pemerintahan SBY. SYS NS, yang merupakan pengurus partai, keluar dari PD dan mendirikan partai baru.
- 2) Tahun 2021, mengalami dualism Partai democrat menjadi dua kubu antara kubu Agus Harimurti Yudhoyono (AHY) dan Moeldoko. Antara AHY dan Moeldoko pun saling bertarung di ranah hukum, namun akhirnya kudu AHY menang dan kepemimpinan PD masih berada di tangannya sampai sekarang.

6. PPP

- 1) Pada tahun 2002, PPP Reformasi yang dipimpin oleh Zainuddin M.Z. muncul sebagai faksi baru dari PPP yang dipimpin oleh Hamzah Haz. Zainuddin M.Z. kemudian mendirikan Partai Bintang Reformasi (PBR).

- 2) Pada tahun 2005, PPP yang dipimpin Hamzah Haz terpecah menjadi dua kubu yang mendukung Hamzah Haz dan kubu lainnya yang mendorong gerakan pembaharuan dan perubahan PPP.
- 3) Pada tahun 2014 hingga saat ini, PPP terbagi atas dua kubu, yakni kubu Djan Faridz dan kubu M. Romahurmu.
- 4) Perpecahan berlanjut. Pada 2018, Djan mundur dari jabatan Ketua Umum PPP Muktamar Jakarta dan digantikan Humphrey Djemat.

7. PKS

- 1) Pada tahun 2016, PKS mengalami konflik internal setelah Fahri Hamzah, yang merupakan loyalis Anis Matta (pimpinan PKS periode sebelumnya), tidak masuk ke dalam struktur pengurus harian Dewan Pengurus Pusat PKS -meski menjadi anggota Majelis Pertimbangan Partaidalam kepengurusan baru Sohibul Iman.
- 2) Pada tahun 2018, perpecahan terjadi akibat DPP mewajibkan seluruh Caleg PKS menandatangani surat pengunduran diri bertanggal kosong.
- 3) Tahun 2019, konflik kembali mencuat, adanya pembaharuan yang diinginkan Anis Matta terhadap PKS, dan mendapat penolakan. Hal tersebut menyebabkan keinginan Anis Matta dan kawan-kawan mendirikan partai baru yaitu Gelombang Rakyat Indonesia (Gelora).

8. Partai Hati Nurani Rakyat (Hanura)

- 1) Pada 2014, Partai Hanura mengalami perpecahan karena perbedaan pemberian dukungan dalam pencalonan Pemilu Presiden (Hanura) (Pilpres), dan diakhiri dengan keluarnya Hary Tanoë dari partai.
- 2) Pada tahun 2018, ditengarai terpecah akibat perbedaan pemberian dukungan dalam pilkada dan pemecatan Ketua DPD akibatnya 27 DPD dan 418 DPC menyampaikan mosi tidak percaya kepada Ketua Umum Oesman Sapta Odang.

3) Perseteruan kemudian berlanjut dan terjadi antara Oso dan Wiranto. Kubu Wiranto menolak mengakui OSO sebagai Ketua Umum Hanura yang terpilih secara aklamasi dalam Musyawarah Nasional Hanura III, 18 Desember 2019. Namun akhirnya Wiranto pun memutuskan mundur sebagai Ketua Dewan Pembina Partai Hanura (Hati Nurani Rakyat) karena ingin fokus pada tugas baru sebagai Ketua Dewan Pertimbangan Presiden.

9. Partai Nasional Demokrat

Pada 2013, Partai Nasdem terpecah ditandai dengan keluarnya Hary Tanoë dari kepengurusan partai (Nasdem).

10. Partai Berkarya

Konflik ini melahirkan kubu Tommy dan Muchdi Pr. Kubu Muchdi Pr menggelar musyawarah nasional luar biasa pada 11-12 Juli 2020 di Jakarta. Dalam forum itu ia didapuk sebagai ketua umum. Tak berselang lama, Kementerian Hukum dan HAM menerbitkan surat keputusan Nomor M.HH-17.AH.11.01 Tahun 2020 yang mengesahkan kepengurusan Muchdi Pr. Tommy pun menggugat keputusan Yasonna. Hasilnya, pada 17 Februari 2021, Pengadilan Tata Usaha Negara (PTUN) Jakarta mengabulkan gugatan Tommy atas kepengurusan Partai Berkarya.

Sepanjang sejarah pemilu dan demokrasi di Indonesia, hampir semua partai yang memiliki kursi di parlemen saat ini pernah memiliki sejarah konflik internal dan pembelahan faksi. Partai Golkar menjadi partai yang paling sering dilanda kekisruhan internal dibandingkan dengan partai yang lain. Seperti PPP, PDIP, dan PKB yang juga terjadi beberapa kali perpecahan pada era reformasi ini. Tidak hanya partai yang lahir pada era awal reformasi, seperti PKB dan PAN, partai baru yang muncul di tengah era ini seperti Partai Nasdem dan Partai Hanura tidak luput dari ancaman faksionalisasi.

Terpecahnya elite menjadi beberapa faksi di dalam partai politik memiliki potensi yang kuat untuk melahirkan partai politik baru. Sebagai contoh, selama era reformasi berlangsung, Partai Golkar telah menjadi sumber kelahiran dari enam partai baru, termasuk Partai Musyawarah Kekeluargaan Gotong Royong (MKGR), Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia (PKPI), Partai Karya Peduli Bangsa (PKPB), Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra), Partai Hanura, dan Partai Nasdem. Tidak hanya Partai Golkar yang terpecah belah menjadi beberapa partai baru, tetapi juga beberapa partai lainnya seperti Partai Gelora dari konflik PKS dan Partai Ummat akibat konflik dari PAN.

2.2.5 Pemilihan Umum Tahun 2024

Pemilihan Umum Presiden Indonesia 2024 adalah sebuah proses demokrasi untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia untuk masa bakti 2024-2029 akan dilaksanakan pada Rabu, 14 Februari 2024. Pemilihan ini akan menjadi pemilihan presiden langsung kelima di Indonesia. Dikeluarkannya revisi UU Pemilu dalam program legislasi nasional (Prolegnas) DPR RI tahun 2021 menyiratkan dihentikan pembahasan revisi. Dengan demikian, wacana normalisasi jadwal pilkada di 2022 dan 2023 sudah pupus. Pada tahun 2024 mendatang akan digelar Pemilihan Presiden, Anggota DPD, dan anggota DPR RI, DPRD provinsi, dan DPRD kabupaten berbarengan dengan Pemilihan Gubernur dan Bupati/Walikota.

Penyelenggaraan Pemilu Tahun 2024 berdasar pada ketentuan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum, yaitu dalam:

- 1) Pasal 167 ayat (2) yang menyatakan bahwa, "Hari, tanggal, dan waktu pemungutan suara ditetapkan dengan keputusan KPU".
- 2) Pasal 167 ayat (3) yang menyatakan bahwa, "Pemungutan suara dilaksanakan secara serentak pada hari libur atau hari yang diliburkan secara nasional".

- 3) Pasal 167 ayat (6) yang menyatakan bahwa "Tahapan Penyelenggaraan Pemilu dimulai paling lambat 20 (dua puluh) bulan sebelum hari pemungutan suara".
- 4) Pasal 167 ayat (7) yang menyatakan bahwa, "Penetapan Pasangan Calon terpilih paling lambat 14 (empat belas) hari sebelum berakhirnya masa jabatan Presiden dan Wakil Presiden".

Penyelenggaraan Pemilihan Serentak Tahun 2024 didasarkan pada ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati dan Wali Kota menjadi Undang-Undang, sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2020 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2020 tentang Perubahan Ketiga atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati dan Walikota menjadi Undang-Undang menjadi Undang-Undang Pasal 201 ayat (8) yang menyatakan bahwa, "Pemungutan suara serentak nasional dalam Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, serta Walikota dan Wakil Walikota di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia dilaksanakan pada bulan November 2024".

Pada saat RDP yang dihadiri Kementerian Dalam Negeri, KPU RI, Bawaslu RI, dan DKPP RI, disimulasikan penyelenggaraan Pemilu 2024 pada 14 Februari 2024 atau 6 Maret 2024. Sedangkan pemilihan kepala daerah serentak disimulasikan digelar pada 13 November 2024 (Wiyoko, 2021).

Menurut Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Nomor 3 Tahun 2022 tentang Tahapan, Jadwal dan Program Pemilu 2024, tahapan pemilu akan dimulai pada 14 Juni 2022. Tahapan dimulai dengan perencanaan program dan anggaran serta penyusunan peraturan pelaksanaan penyelenggaraan Pemilu. Berikut tahapan Pemilu 2024:

1. Pendaftaran dan verifikasi calon peserta Pemilu pada 29 Juli hingga 13 Desember 2022.
2. Penetapan peserta Pemilu pada 14 Desember 2022.
3. Pencalonan anggota DPD pada 6 Desember 2022 hingga 25 November 2023.
4. Pencalonan anggota DPR, DPRD Provinsi dan DPRD Kabupaten/kota pada 24 April 2023-25 November 2023.
5. Pencalonan presiden dan wakil presiden pada tanggal 19 Oktober 2023 hingga 25 November 2023.
6. Kampanye selama 75 hari mulai 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024.
7. Pemungutan suara Pemilu 2024 diselenggarakan pada 14 Februari 2024.

Keputusan KPU Nomor 384 tahun 2022, KPU pada 14 Oktober menyampaikan hasil verifikasi administrasi kepada pimpinan partai politik dan juga Bawaslu. Terdapat 18 parpol yang lolos verifikasi administrasi, berikut parpol yang dinyatakan lolos verifikasi:

1. PPP.
2. PKB.
3. PDI Perjuangan.
4. Partai Nasdem.
5. Partai Demokrat.
6. PAN.
7. Partai Gerindra.
8. PSI.
9. Partai Golkar.
10. Perindo.
11. PKN.
12. PKS.
13. Partai Gelora Indonesia.
14. PBB.

15. Partai Hanura.
16. Partai Ummat.
17. Partai Buruh.
18. Partai Garuda.

Sedangkan partai yang tidak lolos adalah:

1. Partai Prima.
2. PKP Indonesia (PKPI).
3. Parsindo.
4. Partai Republik.
5. Partai Republikku Indonesia.
6. Partai Republik Satu

Pada tanggal 14 Desember 2022, Komisi Pemilihan Umum (KPU) menetapkan 17 partai politik nasional dan 6 partai politik lokal Aceh menjadi peserta Pemilu 2024. Keputusan ini dituangkan dalam Surat Keputusan (SK) KPU Nomor 518 Tahun 2022. Pada tanggal 30 Desember 2022, Komisi Pemilihan Umum (KPU) RI menetapkan Partai Gelora Indonesia sebagai peserta Pemilu 2024. Partai yang dipimpin Anis Matta itu dinyatakan sah sebagai peserta pemilu usai berhasil memenuhi syarat keanggotaan dalam proses verifikasi faktual ulang di dua provinsi. Partai Gelora dapat nomor urut 7 karena nomor urut lainnya sudah dimiliki partai politik lain yang sudah lebih dulu ditetapkan sebagai peserta Pemilu 2024. Berikut daftar partai politik yang ditetapkan menjadi peserta pemilu sesuai nomor urutnya:

Tabel 2.1 Nomor Urut Partai Politik Pada Pemilu Tahun 2024

Nomor Urut Partai	Nama Partai Politik
1	Partai Kebangkitan Bangsa (Pkb)
2	Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra)
3	Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (Pdi-P)

4	Partai Golongan Karya (Golkar)
5	Partai Nasdem
6	Partai Buruh
7	Partai Gelombang Rakyat Indonesia (Gelora)
8	Partai Keadilan Sejahtera (Pks)
9	Partai Kebangkitan Nusantara (Pkn)
10	Partai Hati Nurani Rakyat (Hanura)
11	Partai Garda Perubahan Indonesia (Garuda)
12	Partai Amanat Nasional (Pan)
13	Partai Bulan Bintang (Pbb)
14	Partai Demokrat
15	Partai Solidaritas Indonesia (Psi)
16	Partai Persatuan Indonesia (Perindo)
17	Partai Persatuan Pembangunan (Ppp)
18	Partai Generasi Atjeh Beusaboh
19	Thaat Dan Taqwa (Gabthat)
20	Partai Darul Aceh (Pda)
21	Partai Aceh (Pa)
22	Partai Adil Sejahtera (Pas) Aceh
23	Partai Solidaritas Independen Rakyat Aceh (Sira)
24	Partai Ummat

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2023) dalam kpu.go.id

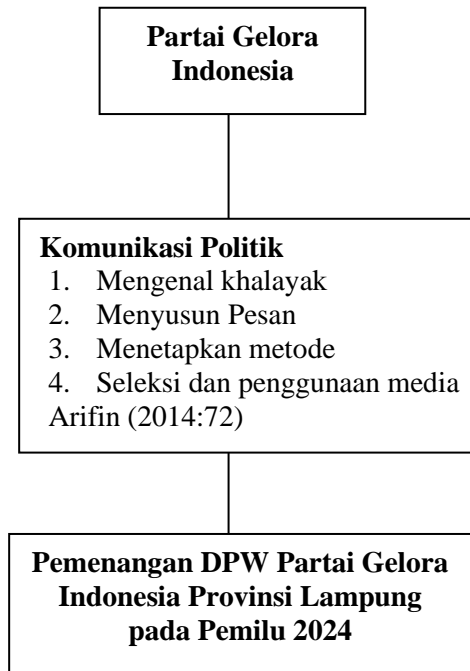
2.3 Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan susunan konstruksi logika yang diatur dalam rangka menjelaskan variabel yang diteliti. Kerangka pikir dirumuskan untuk menjelaskan konstruksi aliran logika dan mengkaji secara sistematis kenyataan serta secara empirik. Perjalanan partai politik di Indonesia tidak selamanya berjalan tanpa adanya konflik eksternal dan konflik internal.

Banyak dari partai politik yang mengalami konflik internal baik dengan alasan ideologi maupun kepentingan yang sudah tidak sejalan antar anggota partainya. Akibat adanya konflik tersebut membuat banyak sekali yang mendirikan partai baru untuk melanjutkan kepentingan dan kekuasaannya. Salah satu dari partai baru tersebut adalah Partai Gelora Indonesia, sebagai partai politik baru yang mulai dibentuk tahun 2019 dan ketua umumnya dahulu adalah anggota dari Partai Keadilan Sejahtera (PKS). Partai Gelora Indonesia sebagai partai politik baru tentu ingin berkembang dan mengikuti Pemilu ditahun 2024 mendatang.

Komunikasi politik merupakan perpaduan antara komunikasi dan politik yang telah dikenal dan dipraktikkan sejak manusia berkomunikasi dan berpolitik. Perpaduan antara komunikasi dan politik menjadi komunikasi politik telah terjadi sejak lama dalam retorika, propaganda, agitasi, lobi, dan tindakan politik serta opini publik. Indonesia sebagai negara demokrasi maka penting untuk mewujudkan pemilu yang memang benar-benar mengarah pada nilai-nilai demokrasi yang mendukung demokrasi itu sendiri. Pemilu memiliki arti penting dalam menyalurkan dan mewujudkan aspirasi suara rakyat dalam berbagai kebijakan penyelenggaraan negara, bukan hanya secara formal pemberian legitimasi pemegang kekuasaan.

Penelitian ini menggunakan teori komunikasi politik oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seperti apakah upaya dan bagaimana persiapan partai politik baru salah satunya Partai Gelora Indonesia Provinsi Lampung dalam kemenangan Pemilu 2024. Dengan demikian, maka kerangka pikir dalam penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pikir
Sumber: Diolah oleh peneliti (2023)

III. METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini berjudul Komunikasi Politik Dewan Pimpinan Wilayah Partai Gelora Indonesia Lampung Dalam Pemenangan Pemilihan Umum 2024, dengan menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu metode untuk mengkaji tentang fenomena, masalah-masalah, dan kemanusiaan terhadap sekelompok orang atau individu tertentu. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada (Fadli, 2021:17)

Penelitian kualitatif juga didefinisikan sebagai jenis penilaian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya dan bertujuan mengungkapkan gejala secara holistik kontekstual melalui pengumpulan data dengan memanfaatkan peneliti sebagai instrument kunci (Fatonah, 2020:52). Penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami responden perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, secara holistik dan dalam arti untuk mendeskripsikannya ke dalam bentuk kata dan bahasa, secara konteks khusus alami dan menggunakan metode alami (Moleong, 2017:6).

Metode penelitian kualitatif kerap disebut metode penelitian naturalistik karena penelitian dilakukan dalam keadaan atau kondisi alamiah (natural setting). Metode ini dapat pula disebut sebagai metode etnographi. Karena, pada mulanya metode ini lebih banyak digunakan dalam bidang antropologi budaya dan disebut metode kualitatif karena data yang dikumpulkan akan dianalisis dan bersifat kualitatif (Sugiyono, 2020:8).

Penelitian kualitatif ingin menjelaskan tentang suatu fenomena atau gejala apa yang terjadi dan meng gambarkannya dalam simbol ataupun ciri yang ditelitinya cocok dengan yang sebetulnya terjadi. Penelitian kualitatif tidak boleh digiring oleh persepsi individual seorang peneliti yang akan menyebabkan hasil sebuah penelitian tidak sesuai dengan fenomena yang terjadi dilapangan (Muri, 2017:342).

Penelitian ini akan mendeskripsikan dan mencari informasi langsung mengenai bagaimana upaya dan persiapan Partai Gelora Indonesia Provinsi Lampung dalam pemenangan Pemilu tahun 2024 mendatang. Alasannya, bahwa fenomena yang diteliti oleh peneliti memerlukan data di lapangan bersifat faktual melalui pengamatan dan analisis mendalam (*indepth analysis*).

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dilakukannya penelitian untuk mendapatkan suatu data. Lokasi penelitian ialah proses utama dalam melihat fenomena atau kejadian actual dari objek penelitian untuk mendapatkan data penelitian yang akurat. Metode penentuan lokasi yang baik adalah dengan mempertimbangkan teori maupun faktor substantifnya dan mengobservasi untuk mencari kesesuaian yang menjadi faktor pertimbangan untuk menemukan suatu lokasi penelitian tersebut. Lokasi dalam penelitian ini dilakukan di DPW Partai Gelora Indonesia Provinsi Lampung. Peneliti memiliki alasan dalam memilih lokasi tersebut karena untuk melihat bagaimana upaya dan persiapan Partai Gelora Indoensia dalam pemenangan pemilu tahun 2024, data informasi dan dokumentasi dapat diperoleh dari lokasi penelitian yang telah ditentukan.

3.3 Fokus Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:15), fokus penelitian kualitatif adalah batasan masalah dalam penelitian. Karena terdapat keterbatasan tenaga, dana, waktu,

dan upaya. Oleh karena itu, hasil penelitian lebih terkonsentrasi sehingga peneliti tidak akan melakukan penelitian secara menyeluruh terhadap objek atau kondisi sosial tertentu dengan menentukan fokus penelitiannya. Fokus penelitian memegang peranan yang sangat penting dalam memandu dan mengarahkan jalannya suatu penelitian, fokus penelitian sangat dibutuhkan oleh seorang peneliti agar tidak terjebak oleh melimpahnya volume data yang masuk, luasnya ruang lingkup penelitian, termasuk juga hal-hal yang tidak berkaitan dengan masalah penelitian. Fokus penelitian memberikan batas dalam studi dan pengumpulan data, sehingga peneliti menjadi fokus memahami masalah dalam penelitiannya (Sugiyono, 2019).

Penelitian ini memfokuskan pada empat (4) aspek komunikasi politik Partai Gelora yang akan di analisis pada bab pembahasan, meliputi:

1. Mengenal Khalayak

Fokus penelitian dalam mengenal khalayak pada dasarnya yang menjadi sasaran utama komunikasi politik DPW Partai Gelora Indonesia Provinsi Lampung adalah kelompok muda dan para pemilih pemula. Segmentasi ini konsisten dengan *image branding* yang dilakukan oleh DPW Partai Gelora Indonesia Provinsi Lampung dengan mengklaim sebagai partai anak muda. Namun hal ini tidak menjadikan Partai Gelora tidak menasar kelompok masyarakat umum, sebab para calon anggota legislatif Partai Gelora diarahkan untuk meraup suara sebanyak-banyaknya melalui semua segmen pemilih yang ada, tentunya yang sejalan dengan visi misi dan tujuan partai tersebut.

2. Menyusun Pesan

Pada tingkatan pesan, yang menjadi fokus pesan pada dasarnya adalah muatan-muatan yang membawa kesan positif terhadap citra para calon anggota legislatif Partai Gelora secara khusus, dan terhadap Partai Gelora secara umum. Sesuai dengan tagline Partai Gelora, yaitu menjadikan Indonesia menjadi kekuatan lima besar dunia, maka pesan-pesan politik anggota PSI berpusat pada hal tersebut.

Penyusunan pesan dilakukan dengan menentukan tema dan materi. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isi pesan bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Syarat dari sebuah pesan yang efektif adalah menarik, dapat memenuhi kebutuhan individual (*personal needs*). Pada komunikasi, pesan dapat memuaskan kebutuhan emosi, pesan dapat memuaskan kebutuhan harapan logis bagi penerima pesan. Pesan-pesan yang disampaikan oleh Partai Gelora kepada khalayak dikemas sedemikian rupa untuk menarik perhatian, tepat sasaran dan dapat menjangkau khalayak sesuai dengan kebutuhannya.

3. Menetapkan Metode

Metode komunikasi dibuat dengan memperhatikan efektivitas serta menetapkan isi pesan sehingga pesan bisa sampai dan tujuan bisa dicapai, hal itu dilakukan dengan cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ulang pesan, meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak, mempengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penerangan, membujuk, mengubah tingkah laku khalayak dan mempengaruhi dengan cara memaksa.

4. Seleksi dan Penggunaan Media

Terdapat beberapa media atau saluran yang menjadi acuan untuk digunakan dalam komunikasi politik DPW Partai Gelora Indonesia Provinsi Lampung, yaitu media sosial ataupun jejaring pertemanan. Selain itu, Partai Gelora juga mengikuti metode konvensional partai-partai politik lainnya dengan menggunakan atribut seperti stiker, kalender, bendera, pamflet, dan lain sebagainya, untuk menyebarkan pesan politik dan sebagai media kampanye politik.

Pemilihan media dalam komunikasi haruslah selektif, maksudnya komunikator harus mampu melihat dan menyesuaikan keadaan dan kondisi khalayak dengan media komunikasi yang akan digunakan. Hal ini dikarenakan situasi dan kondisi komunikasi tidak semua sama, seperti

halnya media komunikasi yang memiliki kelebihan dan kekurangannya sendiri.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data dari penelitian ini berasal dari kata-kata, tindakan, dan dokumen yang dibutuhkan. Sumber data yang digunakan merupakan studi lapangan (*field research*) yang merupakan suatu metode dengan cara terjun langsung ke lapangan untuk mendapatkan data yang ada di lapangan. Adapun untuk mendapatkan data yang dibutuhkan peneliti menggunakan jenis dan sumber, yaitu (Sudaryono, 2018:91).

3.4.1 Data Primer

Menurut Sugiyono (2020:308), data primer adalah sumber data yang dapat menyediakan data secara langsung kepada peneliti. Oleh karena itu, data primer adalah data yang didapat dari sumber asli dan langsung dari informan dilapangan. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan informan yang dijadikan sampel dalam penelitian. Guna memperoleh data primer dapat dilakukan dengan cara merekam maupun mencatat wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan narasumber pada saat observasi di lokasi penelitian.

Tabel 3.1 Data Primer Wawancara

No	Nama	Keterangan
1.	Asis Budi Santoso	Ketua Badan Pemenangan Pemilu (Bapilu) DPW Partai Gelora Provinsi Lampung
2.	Tanzi Ronie	Dewan Pembina DPW Partai Gelora Provinsi Lampung
3.	Samsani Sudrajat, S. Pi	Ketua DPW Partai Gelora Provinsi Lampung
4.	M. Imran Rosadi	Sekretaris DPW Partai Gelora Provinsi Lampung
5.	Sudarsih	Bendahara Umum DPW Partai Gelora Lampung
6.	Syahrul Fatah	Ketua Bidang Generasi Muda DPW Partai Gelora Provinsi Lampung
7.	Wahyu Agung	Anggota DPW Partai Gelora

8.	Sofwan Zulfikar	Relawan Partai Gelora
9.	Irgiawan	Relawan Partai Gelora
10.	Arif Gangsal	Relawan Partai Gelora
11.	Nadirsah Hawari	Pengamat Politik
12.	Heni	Masyarakat
13.	Asih	Masyarakat
14.	Herdiansah	Masyarakat
15.	Muhammad Qorib	Pengurus PKS
16.	Hayrul	Caleg PKS

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2023)

3.4.2 Data Sekunder

Ada pula data sekunder dalam penelitian ini merupakan dokumen berbentuk jurnal serta website dan gambar yang sesuai pada penelitian ini. Data atau informasi yang termasuk kedalam data sekunder adalah:

- a) Informasi tersebut meliputi dokumen, pengumuman, surat-surat, dan spanduk.
- b) Informasi tersebut foto meliputi gambar, animasi, billboard.
- c) Informasi dalam wujud rekaman misalnya hasil rekaman kaset, dll.

3.5 Informan Penelitian

Informan dalam sebuah penelitian dapat diartikan sebagai orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Sehingga informan tersebut harus mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian dan harus sukarela menjadi anggota tim penelitian walaupun hanya bersifat informal (Nugrahani, 2014). Selain itu, dalam memahami penelitian yang lebih aman, peneliti harus berpikir untuk menemukan sumber data atau informan yang tepat (*key informan*). Selain itu, peneliti juga harus memahami sumber data maupun latar penelitian dengan *versthen*. Dalam perspektif fenomenologis, *versthen* sangat diperlukan peneliti didalam latar penelitian. *Versthen* adalah cara memahami situasi yang ditemui dilapangan (Nugrahani, 2014).

Menurut Suyanto dan Sutinah (2017:6) informan adalah orang yang memberikan dan diperkirakan menguasai informasi, data maupun kenyataan dan terlibat dengan kejadian yang ada dilapangan. Penentuan informan menjadi hal yang penting, karena peneliti bisa memastikan informan yang pas guna memperoleh informasi di lapangan yang hendak dijadikan pendukung dalam sebuah penelitian. Informan adalah seseorang yang ditetapkan oleh penulis sebagai sumber yang membagikan data ataupun kenyataan berkaitan dengan masalah yang ada dalam penelitian. Sehingga informasi yang didapatkan sesuai dengan yang diperlukan dalam penelitian tersebut.

Menurut Moleong, (2017:169), mengatakan bahwa informan merupakan seseorang yang diharapkan bisa memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian sehingga informan harus mengetahui banyak tentang kondisi yang ada dilapangan. Sedangkan, Sugiyono (2020:85) mengatakan sampling purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Berdasarkan ketentuan tersebut maka teknik yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* untuk mencari tahu sejauh mana reliabilitas data yang didapatkan, sehingga sampel yang diambil berdasarkan dari kriteria yang dibutuhkan berdasarkan tujuan dari penelitian.

Tabel 3.2 Informan Penelitian

No	Nama	Keterangan	Topik Wawancara
1.	Asis Budi Santoso	Ketua Badan Pemenangan (Bapilu) DPW Partai Gelora Provinsi Lampung	Komunikasi politik yang dilkauan Partai Gelora
2.	Tanzi Ronie	Dewan Pembina Partai Gelora Provinsi Lampung	Komunikasi politik yang dilkauan Partai Gelora
3.	Samsani Sudrajat, S. Pi	Ketua DPW Partai Gelora Provinsi Lampung	Komunikasi politik yang dilkauan Partai Gelora
4.	M. Imran Rosadi	Sekretaris DPW Partai Gelora Provinsi Lampung	Komunikasi politik yang dilkauan Partai Gelora
5.	Sudarsih	Bendahara Umum Partai Gelora Lampung	Komunikasi politik yang dilkauan Partai Gelora

6.	Syahrul Fatah	Ketua Bidang Generasi Muda DPW Partai Gelora Provinsi Lampung	Komunikasi politik yang dilkauan Partai Gelora
7.	Wahyu Agung	Anggota DPW Partai Gelora	Komunikasi politik yang dilkauan Partai Gelora
8.	Sofwan Zulfikar	Relawan Partai Gelora	Komunikasi politik yang dilkauan Partai Gelora
9.	Irgiawan	Relawan Partai Gelora	Komunikasi politik yang dilkauan Partai Gelora
10.	Arif Gangsal	Relawan Partai Gelora	Komunikasi politik yang dilkauan Partai Gelora
11.	Nadirsah Hawari	Pengamat Politik	Komunikasi politik yang dilakukan Partai Gelora
12.	Heni	Masyarakat	Komunikasi politik yang dilakukan Partai Gelora
13.	Asih	Masyarakat	Komunikasi politik yang dilakukan Partai Gelora
14.	Herdiansah	Masyarakat	Komunikasi politik yang dilakukan Partai Gelora
15.	Muhammad Qorib	Pengurus PKS	Komunikasi politik yang dilakukan Partai Gelora
16.	Hayrul	Caleg PKS	Komunikasi politik yang dilakukan Partai Gelora

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2023)

Adapun alasan pemilihan informan diatas adalah untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Informan tersebut sangat berkometen untuk bisa menjawab berbagai persoalan yang terdapat pada penelitian ini, dan juga sudah sesuai dengan bidang-bidang yang dapat membantu memberikan berbagai informasi mengenai penelitian ini nantinya.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data, triangulasi dimaksudkan sebagai teknik yang sifatnya mengkombinasikan dari bermacam teknik pengumpulan data serta sumber informasi yang sudah ada di lapangan. Apabila penelitian menerapkan teknik pengumpulan data dengan triangulasi, selain mengumpulkan data dan informasi peneliti juga menguji kredibilitas data.

Pada teknik triangulasi, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda tujuannya untuk memperoleh informasi dari sumber yang sarna. Peneliti menggunakan observasi partisipatif, wawancara mendalam, serta dokumentasi untuk sumber informasi yang sama secara serempak. Triangulasi sumber adalah untuk memperoleh informasi dari sumber yang berbeda-beda dengan metode yang sama (Sugiyono, 2017:220).

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang strategis digunakan oleh peneliti yang bertujuan untuk mendapatkan data dalam penelitian. Pada penelitian ini, peneliti memilih penelitian kualitatif yang harus membutuhkan data yang jelas serta spesifik. Menurut Sugiyono (2020:224), mengatakan bahwa pengumpulan data diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan dokumentasi, dan melakukan wawancara.

3.6.1 Observasi

Observasi Menurut (Shidiq & Choiri, 2019:68) observasi adalah adanya perilaku yang tampak dan adanya tujuan yang ingin dicapai. Perilaku yang tampak dapat berupa perilaku yang dapat dilihat langsung oleh mata, dapat didengar, dapat dihitung, dan dapat diukur. Karena mensyaratkan perilaku yang tampak, maka potensi perilaku seperti sikap dan minat yang masih dalam bentuk kognisi, afeksi atau intensi/kecenderungan perilaku menjadi sulit untuk diobservasi. Selain itu, observasi haruslah mempunyai tujuan tertentu. Pengamatan yang tanpa tujuan, bukan merupakan observasi. Pada dasarnya, tujuan dari observasi adalah untuk mendeskripsikan lingkungan yang diamati, aktivitas-aktivitas yang berlangsung, individu-individu yang terlibat dalam lingkungan tersebut beserta aktivitas dan perilaku yang dimunculkan, serta makna kejadian berdasarkan perspektif individu yang terlibat tersebut. Menurut Nasutio (Dalam Sugiyono, 2018:310) menyatakan bahwa observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Menurut Marshal

(Dalam Sugiyono, 2018:310) menjelaskan bahwa melalui observasi, penelitian belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut. Adapun terkait hal observasi yang peneliti lakukan yaitu mengamati secara langsung mengenai platform media sosial Partai Gelora Provinsi Lampung yang bersumber dari media sosial terkait.

3.6.2 Wawancara

Menurut Nazir (2016:170), yang dimaksud dengan wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara peawancara dengan narasumber atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara). Walaupun wawancara merupakan proses percakapan yang berbentuk tanya jawab dengan tatap muka, wawancara merupakan proses pengumpulan data untuk suatu penelitian.

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Teknik pengumpulan data ini berdasarkan pada laporan tentang diri sendiri atau *self report* atau setidaknya pada pengetahuan dan keyakinan pribadi. Wawancara dalam penelitian ini berupa tanya jawab antara peneliti dan informan mengenai bagaimana upaya dan persiapan Partai Gelora Indonesia dalam kemenangan Pemilu 2024. Peneliti menggunakan wawancara terstruktur dan menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan tertulis yang telah disiapkan alternatif jawaban. Penulis juga akan menggunakan wawancara semistruktur (*semistruktur interview*) dan wawancara tidak terstruktur (*unstructured interview*) untuk menemukan masalah secara terbuka.

Wawancara dalam penelitian ini berupa tanya jawab antara peneliti dan informan mengenai bagaimana pencitraan politik calon tunggal di media sosial dalam pemilihan kepala daerah di Kabupaten Ogan Komering Ulu 2020. Peneliti menggunakan wawancara terstruktur. Peneliti menyiapkan

instrumen penelitian berupa pertanyaan tertulis yang telah disiapkan alternatif jawaban. Penulis juga akan menggunakan wawancara semistruktur (*semistruktur interview*) dan wawancara tidak terstruktur (*unstructured interview*) untuk menemukan masalah secara lebih terbuka. Adapun waktu pelaksanaan wawancara disajikan dalam waktu berikut:

Tabel 3.3 Pelaksanaan Wawancara

No	Nama	Jabatan	Waktu Wawancara
1.	Asis Budi Santoso	Ketua Badan Pemenangan Pemilu (Bapilu) DPW Partai Gelora Provinsi Lampung	Senin, 13 Februari 2023 Pukul 15.00 WIB s.d selesai
2.	Tanzi Ronie	Dewan Pembina DPW Partai Gelora Provinsi Lampung	Senin, 27 Februari 2023 Pukul 15.00 WIB s.d selesai
3.	Samsani Sudrajat, S. Pi	Ketua DPW Partai Gelora Provinsi Lampung	Senin, 13 Februari 2023 Pukul 16.00 WIB s.d selesai
4.	M. Imran Rosadi	Sekretaris DPW Partai Gelora Provinsi Lampung	Senin, 13 Februari 2023 Pukul 17.00 WIB s.d selesai
5.	Sudarsih	Bendahara Umum DPW Partai Gelora Lampung	Selasa, 28 Februari 2023 Pukul 09.00 WIB s.d selesai
6.	Syahrul Fatah	Ketua Bidang Generasi Muda DPW Partai Gelora Provinsi Lampung	Selasa, 28 Februari 2023 Pukul 16.00 WIB s.d selesai
7.	Wahyu Agung	Anggota DPW Partai Gelora	Senin, 27 Februari 2023 Pukul 16.00 WIB s.d selesai
8.	Sofwan Zulfikar	Relawan Partai Gelora	Senin, 27 Februari 2023 Pukul 13.00 WIB s.d selesai
9.	Irgiawan	Relawan Partai Gelora	Senin, 27 Februari 2023 Pukul 13.45 WIB s.d selesai
10.	Arif Gangsal	Relawan Partai Gelora	Senin, 27 Februari 2023 Pukul 14.30 WIB s.d selesai
11.	Heni	Masyarakat	Senin, 15 Februari 2023 Pukul 9.00 WIB s.d selesai
12.	Asih	Masyarakat	Senin, 15 Februari 2023 Pukul 10.00 WIB s.d selesai

13.	Herdiansah	Masyarakat	Senin, 15 Februari 2023 Pukul 11.00 WIB s.d selesai
14.	Nadirsah Hawari	Pengamat Politik	Rabu, 17 Februari 2023 Pukul 13.00 WIB s.d selesai
15.	Muhammad Qorib	Pengurus PKS	Jumat, 26 Februari 2023 Pukul 13.30 WIB s.d selesai
16.	Hayrul	Caleg PKS	Jumat, 26 Februari 2023 Pukul 15.00 WIB s.d selesai

Sumber: Diolah oleh peneliti tahun 2023

3.6.3 Dokumentasi

Menurut Shidiq & Choiri, (2019:73) dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang tidak langsung kepada subjek penelitian. Dokumentasi yang bisa berupa dokumen resmi seperti keputusan, surat instruksi, sementara dokumen tidak resmi seperti surat nota, dan surat pribadi yang dapat memberikan informasi pendukung terhadap suatu peristiwa. Penelitian kualitatif memerlukan dokumen sebagai pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Studi dokumentasi yaitu mengumpulkan dokumen dan data-data yang diperlukan dalam permasalahan penelitian lalu ditelaah secara mendalam sehingga dapat mendukung dan menambah kepercayaan dan pembuktian suatu kejadian. Penelitian ini menggunakan dokumen-dokumen atau arsip, artikel atau jurnal yang memuat tentang pelaksanaan komunikasi politik, Partai Gelora, Pemilu, data-data terbaru dan foto-foto yang digunakan untuk mengambil gambar informan melalui *handphone* serta melakukan wawancara.

3.7 Teknik Pengolahan Data

Setelah mengumpulkan data dari lapangan, langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah mengolah data tersebut. Menurut Ibrahim (2015:101), teknik pengolahan data adalah sebagai berikut:

3.7.1 Editing Data

Editing adalah proses pengecekan kebenaran data dan penyesuaian data untuk memudahkan proses pemilihan atau seleksi data. Editing diartikan sebagai kegiatan penelitian yang mendefinisikan ulang data yang diperoleh untuk memastikan validitasnya untuk segera mempersiapkan untuk proses berikutnya. Penelitian ini, penulis mengolah data wawancara sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan dan difokuskan pada pedoman wawancara, memilih, dan menentukan data yang dibutuhkan dalam penulisan. Pengolahan data berkaitan dengan kegiatan observasi, penulis mengumpulkan data-data menarik hasil observasi agar ditampilkan dengan baik.

3.7.2 Interpretasi data

Interpretasi data adalah untuk memberikan penjelasan tentang berbagai data yang diperoleh sesuai dengan prioritas penelitian. Teknik penjelasannya dengan mendeskripsikan informan atau narasumber dalam bentuk deskriptif. Peneliti memberikan gambaran tentang berbagai data yang telah melalui tahap editing sesuai fokus penelitian. Peneliti yang sudah memiliki data akan melakukan kegiatan analisis data berdasarkan hasil wawancara dan dokumen penelitian. Peneliti harus memilih kata yang terbaik dalam penulisannya agar tidak terkesan merugikan kepentingan semua pihak.

3.8 Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan dalam (Sugiyono, 2018:334), analisis data adalah proses mencari dan meringkas data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan di lapangan, dan dokumen lainnya sehingga lebih mudah dipahami dan temuannya dibagikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan menyusun data, mengelompokkannya menjadi beberapa bagian, mensintesisnya, menyusunnya menjadi pola, memilih apa yang

penting dari masalah yang akan dipelajari, serta menarik kesimpulan yang dapat dibagikan kepada khalayak umum.

Sugiyono (2018:335), berpendapat bahwa analisis data kualitatif bersifat induktif, yaitu analisis berdasarkan data yang diperoleh, kemudian dikembangkan model hubungan atau hipotesis tertentu. Berdasarkan hipotesis yang dirumuskan sesuai data tersebut, maka pencarian data lain diulangi sehingga dapat disimpulkan berdasarkan data yang telah dikumpulkan menjadi penentu hipotesis diterima atau ditolak. Apabila berdasarkan data yang dapat dikumpulkan secara berulang-ulang dengan menggunakan teknik triangulasi, diperoleh hasil bahwa hipotesis diterima, maka hipotesis tersebut berkembang menjadi teori. Sugiyono (2018:338), mengatakan bahwa teknik analisis data mencakup tiga komponen analisis yaitu:

3.8.1 Reduksi data

Jumlah data yang diperoleh dari lapangan sangat besar, sehingga perlu dicatat dengan cermat secara detail. Seperti yang disebutkan sebelumnya, semakin lama peneliti berada di lapangan, semakin kompleks jumlah data yang diperoleh. Oleh karena itu, data harus segera dianalisis melalui reduksi data. Mengurangi data berarti meringkas atau memilih masalah utama, menemukan tema dan pola, serta menghilangkan hal-hal yang tidak diperlukan. Data yang sudah direduksi dapat memberikan gambaran yang jelas dan memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan dan pencarian data lebih lanjut bila diperlukan. Proses reduksi data dapat dibantu dengan perangkat elektronik seperti laptop untuk mengurangi jumlah data dengan memberikan kode tertentu dengan beberapa cara.

3.8.2 Data *display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menampilkan data tersebut. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk tabel, bagan, teks, piktogram dan lain-lain. Melalui penyajian data, data dapat diatur dalam pola yang berhubungan agar mudah dipahami

kedalam bentuk uraian singkat, diagram, hubungan antar kategori, dan diagram alur. Penyajian data dilakukan untuk dapat melihat gambar keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari gambaran keseluruhan. Tahap ini peneliti berupaya mengklasifikasi dan menyajikan data sesuai dengan pokok permasalahan yang diawali dengan pengkodean pada setiap sub pokok permasalahan.

3.8.3 *Conclusion Drawing* (Verifikasi Kesimpulan)

Analisis data kualitatif menurut Miles dan Hiberman (Sugiyono, 2018:334) adalah menarik kesimpulan dan memverifikasinya. Kesimpulan awal masih bersifat sementara, jika tidak ditemukan bukti yang kuat untuk pengumpulan data tahap selanjutnya maka kesimpulan awal akan berubah. Tetapi, jika peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data maka kesimpulan sebelumnya dinyatakan valid dan konsisten. Didukung dengan bukti tersebut, maka kesimpulan yang ditarik adalah kesimpulan yang kredibel. Oleh karena itu kesimpulan dalam penelitian kualitatif, mungkin dapat menjawab pertanyaan yang dimunculkan dari awal, tetapi tidak mungkin pertanyaan dalam penelitian kualitatif dimunculkan dan pertanyaan tersebut masih bersifat sementara dan akan dikembangkan setelah penelitian di lapangan.

3.9 Teknik Keabsahan Data

Pada penelitian kualitatif keabsahan sebuah data sangat penting, oleh sebab itu peneliti harus mampu mengungkapkan kebenaran yang objektif. Hal tersebut bertujuan untuk mengukur tingkat kepercayaan (kredibilitas) penelitian kualitatif sehingga dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Pengukuran keabsahan data pada penelitian ini dilakukan dengan triangulasi. Sugiyono (2020:241) mengatakan bahwa triangulasi adalah teknik pengumpulan data bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Uji keabsahan data pada penelitian kualitatif dengan menggunakan triangulasi

akan lebih meningkatkan kekuatan data apabila dibandingkan dengan satu pendekatan.

Penelitian ini menggunakan teknik keabsahan data dengan teknik triangulasi. Teknik triangulasi adalah peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Teknik pengumpulan data yang dimaksud adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk sumber data yang sama secara serentak (Sugiyono, 2018:241). Penggunaan triangulasi teknik tersebut dilakukan agar data primer menjadi lebih valid, konsisten, tuntas, dan pasti sehingga dapat dianalisis dan ditarik kesimpulannya.

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai komunikasi politik DPW Partai Gelora Indonesia Provinsi Lampung dalam kemenangan pemilu 2024, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Mengenal khalayak sebagai langkah Partai Gelora yang berperan sebagai komunikator dalam membangun komunikasi politik yang efektif. kunjungan dan sosialisasi yang dilakukan Partai Gelora Provinsi Lampung dalam mengenal khalayak dinilai belum maksimal. Karena dari 13 kabupaten dan 2 kota yang ada di Lampung hanya mengunjungi 3 daerah yang ada di Lampung. Daerah yang Partai kunjungi dan di unggah dalam akun milik Partai Gelora Provinsi Lampung adalah Desa Totoharjo kabupaten Lampung Selatan yang dilakukan pada tanggal 22 Februari 2023, Kelurahan Negri Olok Gading Kota Bandar Lampung yang diadakan pada tanggal 28 Februari 2023, kemudian Kelurahan Sukajawa Kota Bandar Lampung yang diadakan pada tanggal 21 Maret 2023.
2. Pesan politik yang disampaikan Partai Gelora sudah selaras dengan fungsi dan tujuan partai politik. Seperti menggunakan kekuatan tokoh untuk mendongkrak dukungan, melakukan aksi sosial untuk meminimalisir covid-19, dukungan Partai Gelora untuk pasangan Walikota dan Wakil Walikota Metro nomor 4, melakukan audiensi dengan POLDA Lampung. Tetapi ada beberapa hal yang sangat disayangkan adalah penyampaian visi misi yang sulit dipahami masyarakat awam, yaitu menjadikan Indonesia sebagai kekuatan 5 besar dunia. Secara garis besar saja seperti memberikan contoh dan langkahnya untuk menjadikan Indonesia sebagai kekuatan 5 besar dunia agar masyarakat awam dapat memahami makna tersebut.

3. Sosialisasi program-programnya maupun visi dan misi Partai Gelora menggunakan metode edukatif dan metode *canalizing*. Dalam menetapkan metode dapat dinilai cukup baik dengan metode metode edukatif dan *canalizing* pesan yang disampaikan akan terus diingat oleh masyarakat. Tantangan partai Gelora yang sekarang adalah menghadapi partai lama, karena partai lama sudah jelas pasti mendapatkan kursi. Untuk mendapatkan kursi di legislatif tentu saja Partai Gelora harus merebut kursi, tantangan yang dihadapi cukup berat mengingat Partai Gelora sebagai partai baru.
4. Penggunaan media dapat dinilai sudah berjalan, seperti penggunaan akun instagram DPW Partai Gelora Provinsi Lampung @geloralampung yang diikuti oleh 1.285 pengikut dibuat sejak tahun 2019, dan akun facebook Lampung diikuti oleh 1,6 rb pengikut yang dibuat sejak tahun 2019 yang masih terlihat aktif membagikan kegiatannya. Berbeda dengan akun instagram dan facebook yang terlihat aktif, akun youtube @Gelora Lampung dinilai kurang baik dan kurang maksimal dalam penggunaannya. Hal tersebut terlihat dari tiga (3) akun media sosial milik DPW Partai Gelora Indonesia Provinsi Lampung hanya dua (2) yang aktif yaitu Instagram dan Facebook. Sedangkan akun youtube Partai Gelora Lampung terlihat video yang diunggah terakhir kali satu tahun yang lalu. Kurang aktifnya akun youtube dalam menampilkan kegiatan di media sosial dan kurangnya pendekatan kepada tokoh atau lingkungan masyarakat tentu mempengaruhi ketertarikan konstituen.
5. Partai Gelora memiliki peluang yang sama dengan Partai Politik lainnya dalam pemilu 2024 mendatang. Berdasarkan fakta dan data yang sudah dianalisis, pada pemilu 2024 mendatang dapat diprediksi bahwa Partai Gelora Indonesia kemungkinan tidak dapat memenuhi target *parliamentary threshold* sebanyak 4%. Seperti halnya partai politik baru pada pemilu tahun 2019 memperoleh suara kurang dari 3%. Belajar dari pengalaman Perindo yang sudah melakukan promosi besar-besaran, namun hanya mendapatkan perolehan suara sebesar 2,67%.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis tentang komunikasi politik DPW Partai Gelora Indonesia Provinsi Lampung dalam pemenangan pemilu 2024, maka terdapat beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk DPW Partai Gelora Indonesia Provinsi Lampung agar kedepannya menyiapkan BCAD dengan pengaruh yang kuat di masyarakat dan membuat program yang bukan saja terfokus pada kaum muda agar tetapi juga membuat program yang dibutuhkan masyarakat dapat menarik simpati calon konstituen secara luas. Kemudian menyederhanakan penyampaian visi-misi agar masyarakat umum dapat memahami pesan yang disampaikan Partai Gelora.
2. Untuk Partai Gelora harapannya dapat memaksimalkan penggunaan media sosial yang ada seperti youtube agar digunakan lebih aktif dan efektif, karena media sosial memiliki peran penting pada upaya pemenangan pemilu. Harapannya Partai Gelora dapat meningkatkan sinergisitas dan jalinan kerja sama dengan setiap lembaga yang ada di daerah untuk menjalankan program-program partai.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, B., Moneter, H., Susanto, E.H. (2020). *Strategi Komunikasi Politik Partai Baru (Studi Kasus Perolehan Suara Partai Solidaritas Indonesia di DPRD DKI Jakarta Pada Pemilu 2019)*. Jurnal Koneksi. 4 (1), 43-49.
- Aditya, P. (2020). *Analisis Strategi Komunikasi Partai Politik Baru Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Pemilih Pemula (Studi Kasus DPD Partai Solidaritas Indonesia Kota Parepare)*. Jurnal Al-Bayan. 26 (1). 43-76.
- Anggraini, S. (2019). *Regulasi Konflik Pemilu. Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya*. 02, 177-184.
- Ardanareswari, I. (2019). *Sejarah Pemilu 1977: Taktik Fusi Parpol ala Soeharto & Orde Baru*. tirta.id. Tersedia di <https://tirta.id/sejarah-pemilu-1977-taktik-fusi-parpol-ala-soeharto-orde-baru-d13V>.
- Adryamarthanino, V. (2021). *Fusi Partai Politik 1973*. Kompas.com. Tersedia di <https://www.kompas.com/stori/read/2021/11/12/090000079/fusi-partai-politik-1973?page=all>. Diakses pada 29 Mei 2023.
- Argenti, G. (2021). *Partai Baru Antara Gelora, Ummat dan Masyumi (Reborn)*. <https://www.researchgate.net/publication/354378755> diakses pada 29 Maret 2022.
- Arifin, A. (2008). *Politik Pencitraan Pencitraan Politik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Arifin, A. (2014). *Politik Pencitraan Pencitraan Politik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bawaslu, J. (2018). *Pemilu Demokratis. Jurnal Pemilu Bawaslu Demokratis*. 3(1), 2443-2539.
- Bhayangkara, R. I. (2019). *Komunikasi Pemasaran Politik Partai Politik Baru di Indonesia (Studi Komunikasi Pemasaran Politik Partai Dengan Identitas Kepemudaan Pada Partai Solidaritas Indonesia)*. (Doctoral Dissertation, Universitas Airlangga).
- Bramasta, D. B. (2019). *Partai Gelora dan Rencana Panjang Fahri Hamzah*. Kompas.com. <https://www.kompas.com/tren/read/2019/11/13/073000765/partai-gelora-dan-rencana-panjang-fahri-hamzah-?page=all>.

Diakses pada 24 Februari 2023.

- Budiatri & Putri A. (2018). *Faksi dan Konflik Internal Partai di Era Reformasi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Chaniago, P.S. (2016). *Evaluasi Pilkada Pelaksanaan Pilkada Serentak Tahun 2015*. *Jurnal Politik Indonesia: Indonesian Political Science Review*, 1(2), 196.
- Efriza & Jerry I. (2018). *Komunikasi Politik: Pemahaman Secara Teoritis dan Empiris*. Malang: Intrans Publishing.
- Fahmi, K. (2017). *Pergeseran Pembatasan Hak Pilih dalam Regulasi Pemilu dan Pilkada the Sift of the Limitation and Local Elections Regulations*. *Jurnal Konstitusi*, 14(4), 757-777.
- Fadil, I. (2021). *Persiapan Hadapi Pemilu 2024, Partai Gelora Fokus Tuntaskan Kepengurusan di Daerah*. <https://www.partaigelora.id/partai-gelora-bakal-terapkan-strategi-o-poin-o-untuk-menghadapi-pemilu-2024/>. Diakses pada 24 Februari 2023.
- Fadli, M. R. (2021). *Memahami desain metode penelitian kualitatif*. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 33-54.
- Fatonah, A. &. (2020). *Penerapan Pembelajaran Daring Dragonlearn pada Era Pandemic Covid-19 (Studi Kasus di MI Ma'had Islam Kopeng)*. *ISEJ: Indonesian Science Education Journal* 1.3, 148-164.
- Haboddin, M. (2017). *Memahami Kekuasaan Politik*. Malang: UB Press.
- Hanafi, R. I. (2019). *Kemunculan dan Tantangan Partai Politik Baru Pada Pemilu 2019*. *Jurnal Penelitian Politik*. Vol. 15 No. 2.
- Harahap, R.O. (2020). *Partai Gelora Di Sumatera Utara: Asal-Usul dan Perkembangannya*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik.
- Haryadi, M. (2019). *Penjelasan Fahri Hamzah Soal Alasan Berdirinya Partai Gelora dan Sindiran untuk PKS*. *Tribunnews.com*. <https://www.tribunnews.com/nasional/2019/11/13/penjelasan-fahri-hamzah-soal-alasan-berdirinya-partai-gelora-dan-sindiran-untuk-pks>. Diakses pada 24 Februari 2023
- Hawari, N. (2020). *Menelisik Langkah Stategis PKS Tulang Bawang Pada Pemilu Tahun 2019*. *Jurnal Tapis: Jurnal Teropong Aspirasi Politik Islam* 16 (2) 1-26. 0216-4396.
- Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

- J. Moleong, L. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi (Revisi)*. PT. Remaja Rosda Karya.
- Julianda, A. (2018). "Parliamentary Threshold" dan Parpol Baru Peserta Pemilu. News.detik.com. <https://news.detik.com/kolom//d-3977292/parliamentary-threshold-dan-parpol-baru-peserta-pemilu>. Diakses pada 17 Januari 2023.
- Kaslam, K. (2020). *Strategi Komunikasi Politik Partai Gelora Sulawesi Selatan di Masa Pandemi Covid-19*. Jurnal Gerakan Sosial, Identitas Dan Kekuasaan. 3(2). 118-132. 2714-7657.
- Kominfo. (2012). *Komunikasi politik elite pemilu 2014*. Diakses dari <https://www.google.com/#q=komunikasi+politik+elite+pemilu+2014>.
- Muri, Y. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan (4th ed.)*. PT. Fajar Interpratama Mandiri. Kencana.
- Nugrahani. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Cakra Books, 1.1:3-4.
- Pamungkas, S. (2011). *Partai Politik: Teori dan Praktik di Indonesia*. Yogyakarta: Institute for Democracy and Welfarism.
- Rahardjo. (2010). *Trianggulasi dalam Penelitian Kualitatif*. Research Respository. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Ridoi, M. (2016). *Kekuatan Figur dalam Partai Politik (Studi Terhadap Abdurrahman Wahid di Partai Kebangkitan Bangsa)*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/40522>.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D (Revisi)*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D (Revisi)*. Alfabeta.
- Media Indonesia com. 2022. Menilik Peluang Partai Politik Baru di Pemilu 2024. <https://epaper.mediaindonesia.com/detail/menilik-peluang-partai-politik-baru-di-pemilu-2024>. Diakses pada 21 Juni 2023.
- Miriam, Budiardjo. (2017). *Dasar-dasar Ilmu Poltik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. Edisi Revisi.
- Mohammad, Natsir. (2008). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia. Romli, Lili, dkk., kerangka Penguatan Partai Politik di Indonesia. Depok: Puskapol UI.

- Muchtar, Khoiruddin. (2016). *Komunikasi Politik dan Pembentukan Citra Partai*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 14 (2), 136-147.
- Partai Gelora. (2022). *Partai Gelora Bakal Terapkan Strategi O Poin O Untuk Menghadapi Pemilu 2024*. <https://www.partaigelora.id/partai-gelora-bakal-terapkan-strategi-o-poin-o-untuk-menghadapi-pemilu-2024/>. (Diakses pada 29 Oktober 2022).
- Partai Gelora. (2022). *Partai Gelora Lampung Gelar Rakorwil Siapkan Strategi Bertarung di Pemilu 2024*. <https://www.jejamo.com/partai-gelora-lampung-gelar-rakorwil-siap-kan-strategi-bertarung-di-pemilu-2024.html>. Diakses pada 29 Oktober 2022.
- Portal L News. (2020). *Partai Gelora Lampung Kampanyekan Lebaran Anak Yatim*. <https://portallnews.id/headline/partai-gelora-lampung-kampanyekan-lebaran-anak-yatim/#>. Diakses pada 29 April 2022.
- Ramadhani, D. (2020). *Modal Caleg Perempuan dan Politik Patriarkhi dalam Pemilihan Umum di Indonesia: Keterwakilan Perempuan pada Pemilu 2019 di Kabupaten Sleman*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. 10(1).
- Rachmad Prawira A. (2018) Strategi Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra) dalam Meningkatkan Perolehan Suara Pada Pemilu Legislatif Tahun 2019 di Kota Pekanbaru. Jurnal Jom FISIP. 2 (2).
- Shobron, S. (2013). *Prospek Partai Islam Ideologis di Indonesia*. jurnal Studi Islam. 14 (1). 9-24.
- Sudaryono. (2018). *Metodologi Penelitian*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Sulistiyono, S.T. (2020). *Kehadiran Partai Gelora Dinilai Bakal Menggerus Suara PKS*. [Tribunnews.com. https://www.tribunnews.com/nasional/2020/05/22/kehadiran-partai-gelora-dinilai-bakal-menggerus-suara-pks](https://www.tribunnews.com/nasional/2020/05/22/kehadiran-partai-gelora-dinilai-bakal-menggerus-suara-pks). Diakses pada 4 Januari 2023.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Ula, R. (2012). Strategi Pemenangan Haryadi Suyuti-Imam Priyono. Jurnal Politik Muda. 2(1), 174-184176.
- Umam, C. (2020). *Alasan Anis Matta Didirikan Partai Gelora*. [Tribunnews.com. https://www.tribunnews.com/nasional/2020/08/20/alasan-anis-matta-dirikan-partai-gelora](https://www.tribunnews.com/nasional/2020/08/20/alasan-anis-matta-dirikan-partai-gelora). Diakses pada 17 Januari 2023.
- Undang-Undang No. 2 Tahun 2011 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 2 Tahun 2008 tentang Partai Politik.

- Wibowo, C. (2018). *Partai Politik: Teori dan Praktik di Indonesia*. Jakarta: Indocamp.
- Widyana, M.R. (2022). *Strategi Partai Gelora sebagai Partai Baru Menuju Pemilu 2024 untuk Memenuhi Parliamentary Threshold*. Jurnal PolGov. 4 (1). (125-168).
- Wiyoko, H. (2021). *Ayo Kenali Dasar Hukum Pemilu dan Pilkada 2024*. Kompasiana.com.