

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PADA PARTAI DEMOKRASI INDONESIA PERJUANGAN PADA PEMILU 2024

Abigail Anak Anugrah *¹

Angelic Jovita Widodo ²

Stephani Sipangkar ³

Aisyah Dwi Aprilia ⁴

Shakil Shafdar ⁵

M. Prakoso Aji ⁶

^{1,2,3,4,5,6} Prodi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta

*e-mail : 2310413040@mahasiswa.upnvj.ac.id¹, 2310413026@mahasiswa.upnvj.ac.id²,
2310413015@mahasiswa.upnvj.ac.id³, 2310413038@mahasiswa.upnvj.ac.id⁴,
2310413102@mahasiswa.upnvj.ac.id⁵, prakosoaji@upnvj.ac.id⁶

Abstrak

Pemilihan umum (Pemilu) menjadi kontestasi yang penting dalam menegakkan demokrasi di Indonesia. Pemilu 2024 menjadi momentum kontestasi politik terbesar sebab generasi milenial menjadi pemilih terbanyak dan memiliki peranan penting dalam menentukan bagaimana demokrasi di negara ini nantinya dijalankan setidaknya dalam lima tahun ke depan. Sebagai salah satu partai politik terbesar di Indonesia, Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) memiliki strategi komunikasi politik yang efektif sehingga pada Pemilu 2024 ini berhasil kembali menang dalam Pemilu Legislatif. Partai ini juga memiliki strategi yang tepat untuk menarik minat generasi milenial sehingga bisa kembali menjadi partai pemenang di Pemilu kali ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi politik PDI-P pada Pemilu 2024. Metode penelitian yang digunakan dalam pembuatan artikel ini adalah kajian literatur dengan pengumpulan data melalui jurnal atau penelitian terdahulu. Pendekatan teori yang kami gunakan adalah teori komunikasi politik dan teori strategi politik. Hasil penelitian kami menunjukkan bahwa PDI-P menggunakan strategi politik melalui saluran komunikasi seperti media sosial, kampanye, hingga memanfaatkan influencer dan relawan untuk memperluas jangkauan pesan mereka. Temuan ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai efektivitas strategi komunikasi politik dalam konteks pemilu di Indonesia dan kontribusinya terhadap keberhasilan PDI-P dalam meraih dukungan pemilih.

Kata kunci: Komunikasi Politik, Pemilu 2024, Strategi Politik, PDI-P

Abstract

Election are an important contestation in upholding democracy in Indonesia. The 2024 election is the biggest political contestation momentum because the millennial generation is the largest voter and has an important role in determining how democracy in this country will be run at least in the next five years. As one of the largest political parties in Indonesia, the Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) has an effective political communication strategy so that in the 2024 elections it managed to win again in the legislative elections. The party also has the right strategy to attract the interest of the millennial generation so that it can again become the winning party in this election. This research aims to analyze the political communication strategy of PDI-P in the 2024 elections. The research method used in making this article is a literature review with data collection through journals or previous research. The theoretical approaches we use are political communication theory and political strategy theory. The results of our research show that PDI-P uses political strategies through communication channels such as social media, campaigns, to utilize influencers and volunteers to expand the reach of their messages. The findings are expected to provide insights into the effectiveness of political communication strategies in the context of elections in Indonesia and its contribution to PDI-P's success in gaining voter support.

Keywords: Political Communication, 2024 Election, Political Strategy, PDI-P

PENDAHULUAN

Pemilu 2024 menjadi momentum penting sebab partisipasi generasi millennial sangatlah besar dalam pemilu kali ini. Generasi millennial memiliki peranan penting dalam menjaga

demokrasi di negara ini terutama pemilu merupakan salah satu bentuk instrumen demokratis yang digunakan untuk mengekspresikan kedaulatan rakyat. Sebagai partai politik besar dan berpengaruh, Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) berupaya mempertahankan posisinya sebagai kekuatan utama dalam percaturan politik nasional. Untuk mencapai tujuan ini, PDI-P merumuskan strategi komunikasi politik yang efektif dan adaptif, mengingat dinamika sosial, ekonomi, dan teknologi yang terus berubah. Komunikasi politik yang baik menjadi kunci untuk menghubungkan aspirasi masyarakat dengan visi, misi, serta program-program yang diusung oleh partai. Oleh karena itu, analisis terhadap strategi komunikasi politik PDI-P pada Pemilu 2024 sangat relevan untuk memahami bagaimana partai ini berinteraksi dengan publik dan memenangkan hati pemilih. Strategi komunikasi politik menjadi instrumen yang sangat krusial dalam meraih dukungan publik.

Sebagaimana dinyatakan oleh Nimmo (2005), komunikasi politik adalah proses di mana pesan-pesan politik dirancang dan disampaikan untuk membangun persepsi positif dan mempengaruhi perilaku politik publik. Dalam konteks ini, strategi komunikasi politik PDI-P pada Pemilu 2024 memainkan peran penting dalam membangun citra, menggerakkan massa, dan memperkuat legitimasi politik partai di mata masyarakat.

PDI-P menggunakan pendekatan atau strategi komunikasi politik yang dilakukan secara fisik maupun digital. Lewat penggunaan media sosial, kampanye, maupun penggunaan influencer dan relawan sayap partai PDI-P menjadi strategi komunikasi politik yang digunakan oleh partai ini. Menurut McNair (2011), komunikasi politik modern tidak hanya mengandalkan media tradisional, tetapi juga harus memanfaatkan media digital untuk menjangkau lebih banyak pemilih. Di era digital ini, PDI-P memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Twitter, TikTok, dan YouTube sebagai bagian dari strategi komunikasinya. Melalui media sosial, PDI-P mampu menyampaikan pesan politiknya secara langsung, interaktif, dan cepat kepada khalayak luas, terutama generasi muda yang merupakan segmen pemilih potensial. Partai ini juga kerap menggunakan tagar (#) untuk membantu dalam kampanye digital. Di lain sisi, PDI-P juga tetap melakukan kampanye fisik seperti pemasangan baliho dan juga kampanye door to door untuk menyerap aspirasi masyarakat secara langsung.

Dalam membentuk suatu citra politik, PDI-P melalui strategi komunikasi politiknya kembali berhasil menang dalam Pemilu legislatif 2024. Hal ini pun membuat kami ingin menganalisis lebih lanjut terkait bagaimana strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan dalam Pemilu 2024 ini dengan mengadakan penelitian ini. Dengan harapan, nantinya melalui penelitian ini dapat menjadi sumber pembelajaran dan dapat menjadi media untuk memahami bagaimana strategi komunikasi politik yang efektif.

METODE

Dalam menganalisis strategi komunikasi politik pada Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) dalam pemilu 2024, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan kajian literatur. Pengumpulan data ini melibatkan telaah mendalam terhadap berbagai sumber, seperti artikel, buku, dan dokumen resmi yang relevan dengan tema. Dengan demikian, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai konteks politik dan strategi komunikasi yang diterapkan oleh PDI-P.

Selanjutnya, analisis akan difokuskan pada pengidentifikasian elemen-elemen kunci dalam strategi komunikasi politik PDI-P, seperti pesan yang disampaikan, saluran komunikasi yang digunakan, dan respons dari publik. Peneliti dapat menelusuri bagaimana PDI-P membangun narasi politik yang kuat dan menarik bagi pemilih, serta peran media sosial dalam menyebarkan pesan tersebut. Kajian ini bertujuan untuk mengungkap hubungan antara strategi komunikasi dan efektivitasnya dalam meningkatkan dukungan publik.

Akhirnya, hasil dari kajian literatur ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai bagaimana strategi komunikasi PDI-P dalam menarik masyarakat untuk memilih partai ini sehingga bisa kembali menang di Pemilu legislatif 2024. Dengan mendalami data yang ada, peneliti dapat memberikan rekomendasi bagi strategi komunikasi politik yang

lebih efektif di masa depan. Melalui pendekatan ini, diharapkan akan tercipta pemahaman yang komprehensif mengenai dinamika politik yang sedang berlangsung di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi komunikasi politik menjadi kunci bagi Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) dalam menghadapi pemilu 2024. Menurut Graber (2010), komunikasi politik adalah proses dimana informasi disebarluaskan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku publik. Sesuai dengan konteks ini, maka peran PDI-P dalam kampanyenya harus mampu membawakan pesan yang relevan dan menarik untuk masyarakat. Dalam penelitian sebelumnya melihat bahwa komunikasi politik yang efektif harus dapat menjangkau para pendengar yang beraneka ragam, serta dapat memanfaatkan berbagai saluran komunikasi baik yang tradisional sampai digital (Lipsky, 2014). Media sosial menjadi sangat penting di dunia sekarang ini, apalagi saat-saat kampanye, karena sebagai sarana informasi dan komunikasi antara para partai politik dan masyarakat.

Strategi komunikasi politik dengan menggunakan media sosial menjadi hal yang efektif dan mempermudah komunikasi, terutama pada saat kampanye. PDI-P merupakan partai dengan pendukung paling banyak saat ini, mereka menggunakan platform media sosial seperti Instagram, Twitter dan Facebook sebagai media untuk menyebarkan informasi dan interaksi ke masyarakat luas. Penggunaan media sosial ini dapat melihat keterlibatan masyarakat dan juga memperkuat loyalitas terhadap partai (Goh dan Lee, 2018). Apa lagi pada tahun 2024 banyak pemilih yang pertama kali memilih (anak muda atau generasi Z) yang memiliki potensi, para anak muda ini pun lebih aktif di media sosial, yang membuat PDI-P mengadaptasi strategi komunikasi yang dapat merangkul atau menjangkau para anak muda ini.

Influencer politik semakin penting di era digital, termasuk dalam konteks pemilu Indonesia 2024. Influencer dianggap sebagai agen perubahan yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi opini publik dan tindakan pemilih. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Kotler dan Keller (2016) menunjukkan bahwa influencer memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku dan opini seseorang, dan ini juga berlaku dalam hal politik. Dalam hal ini, PDI-P bermaksud memanfaatkan berbagai influencer untuk meningkatkan strategi komunikasi politiknya dan menjangkau audiens yang lebih luas.

Penggunaan influencer dalam kampanye politik dapat berdampak besar. Menurut penelitian oleh Kearney, influencer dapat meningkatkan keterlibatan pemilih dan membawa masalah penting ke permukaan dengan cara yang lebih menarik dan relevan bagi masyarakat. Diharapkan bahwa PDI-P dapat meningkatkan visibilitas kampanyenya dan menciptakan buzz di media sosial dengan menggandeng influencer. Selain itu, influencer dapat membantu membangun citra yang positif tentang partai. Misalnya, sebagai artis yang sering terlibat dalam isu-isu sosial, Nikita Mirzani dapat membantu PDI-P menjangkau audiens yang lebih luas dan memberikan legitimasi untuk pesan yang disampaikan. Keterlibatan Nikita, meskipun kontroversial, dapat menarik perhatian media dan meningkatkan pembicaraan tentang kampanye PDI-P.

Kampanye berbasis data juga semakin penting dalam politik modern. Analisis data membantu PDI-P memahami preferensi pemilih dan membuat pesan yang lebih tepat sasaran. Penelitian McKinsey menunjukkan bahwa partai yang mampu menganalisis data pemilih dapat meningkatkan efektivitas kampanye mereka. PDI-P dapat menggunakan data besar untuk menemukan masalah yang paling penting bagi pemilih dan mengubah strategi komunikasi mereka berdasarkan masalah tersebut. Hal ini sejalan dengan gagasan bahwa pengambilan keputusan berbasis data adalah bagian penting dari kampanye politik kontemporer yang berhasil.

Saat ini PDI-P mengalami tantangan, dengan hadirnya partai-partai pesaing yang ingin menggeser kedudukan PDI-P, selain itu juga adanya perubahan preferensi pemilih. Peneliti sebelumnya memberikan gambaran bahwa adanya persaingan yang ketat, partai yang mampu menyesuaikan diri dengan baik dan cepat terhadap dinamika politik memiliki keunggulan kompetitif. Walaupun tantangan ini sangat signifikan, tetap ada peluang yang terbuka, apalagi meningkatnya kesadaran politik di kalangan masyarakat. Maka dari itu PDI-P harus mampu

mengembangkan strategi komunikasi yang fleksibel dan responsif, yang mampu merespon isu-isu yang bermunculan dengan cepat.

KAJIAN TEORI

Beberapa kerangka teori yang relevan dapat digunakan untuk memahami analisis teori tentang strategi komunikasi politik Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) dalam konteks pemilu 2024. Pertama, teori komunikasi politik membahas bagaimana partai politik menyebarkan informasi untuk mempengaruhi opini publik dan perilaku pemilih. Untuk mencapai tujuan ini, PDI-P harus membuat pesan yang efektif dan menggunakan berbagai metode komunikasi digital dan tradisional untuk menjangkau audiens yang luas. Studi menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang direncanakan dapat meningkatkan partisipasi pemilih, terutama di kalangan generasi muda yang lebih aktif menggunakannya.

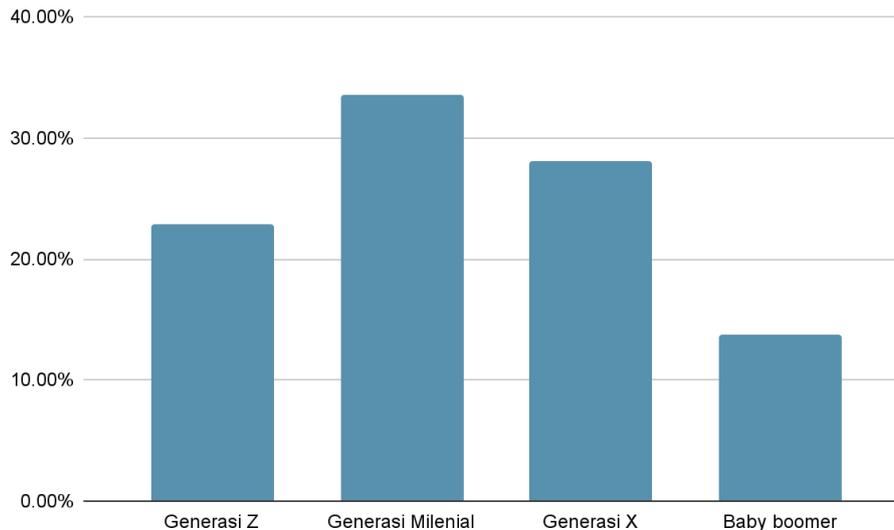
Selain itu, teori manajemen citra sangat penting di sini. Citra partai sangat penting untuk menumbuhkan kepercayaan publik dan menarik suara pemilih. Untuk memperkuat reputasinya sebagai partai yang pro-rakyat dan berkomitmen terhadap pembangunan nasional, PDI-P harus terus menyampaikan pesan yang mencerminkan prinsip-prinsip partai dan pencapaian yang telah dicapai. Kampanye berbasis data juga merupakan komponen penting dari strategi komunikasi politik. Analisis data memungkinkan PDI-P untuk mengidentifikasi preferensi pemilih dan membuat pesan yang lebih tepat sasaran. Ini sejalan dengan teori pengambilan keputusan berbasis data, yang menunjukkan bahwa pilihan yang didasarkan pada informasi yang akurat dapat meningkatkan efektivitas kampanye.

Untuk menangani tantangan yang dihadapi PDI-P, seperti persaingan yang semakin ketat dan perubahan dalam dinamika politik, strategi yang fleksibel dan responsif diperlukan. Menurut teori adaptasi strategi komunikasi politik, partai yang cepat menyesuaikan diri dengan perubahan akan memiliki keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan dasar yang kuat untuk memahami bagaimana PDI-P dapat membuat strategi komunikasi politiknya berhasil dalam pemilu 2024.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemilihan umum (Pemilu) adalah salah satu instrumen demokratis yang digunakan untuk mengekspresikan kedaulatan rakyat. Pemilu ini bertujuan untuk memilih para Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Presiden, Wakil Presiden, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (Hamdani & Fauzia, 2021). Pemilihan Umum pada dasarnya adalah sebuah mekanisme yang memungkinkan rakyat untuk menentukan arah pemerintahan, dan oleh karena itu, hampir semua negara yang menjalankan sistem demokratis di seluruh dunia menyelenggarakan Pemilihan Umum. Pemilihan Umum digunakan sebagai alat untuk memastikan bahwa transisi dan pergantian kekuasaan berlangsung dengan cara yang demokratis (Ramadhan, 2021).

Pemilu 2024 menjadi momentum kontestasi politik terbesar sebab generasi milenial menjadi pemilih terbanyak dan memiliki peranan penting dalam menentukan bagaimana demokrasi di negara ini nantinya dijalankan setidaknya dalam lima tahun ke depan.

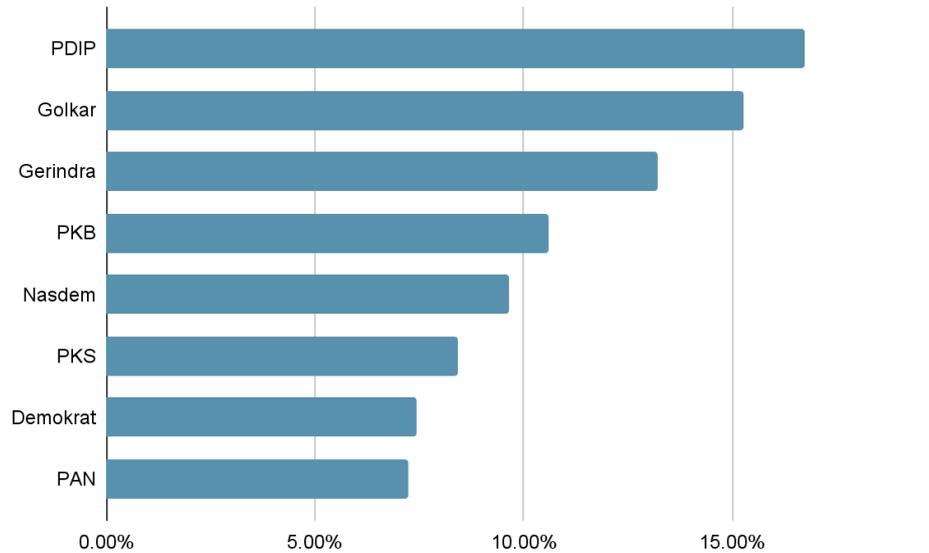


Gambar 1. Presentase Pemilih Tetap Pemilu 2024
Source: Komisi Pemilihan Umum (KPU) Republik Indonesia

Setiap partai memiliki kesempatan besar untuk menarik minat masyarakat agar nantinya bisa dipilih dalam Pemilu legislatif. Sehingga perlu strategi komunikasi politik yang tepat dan efektif agar pesan politik yang suatu partai tersebut ingin bagikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Terutama melihat jumlah milenial yang menjadi pemilik jumlah partisipasi suara terbesar dalam Pemilu kali ini, tentu perlu strategi yang efektif dan menarik sehingga generasi milenial mau memilih partai tersebut.

Pentingnya komunikasi politik dalam membentuk opini publik menjelang Pemilu 2024 terwujud melalui berbagai penelitian dan literatur yang secara konsisten menyoroti dampak signifikan komunikasi politik dalam dinamika demokrasi. Menurut (Muldani, 2024) strategi komunikasi yang digunakan oleh aktor politik, khususnya kandidat dan partai politik, digunakan untuk mempengaruhi opini publik. Penelitian ini mengamati bagaimana narasi politik yang disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi, dari kampanye, influencer atau relawan hingga media sosial, dapat membentuk persepsi masyarakat terhadap kandidat dan isu-isu politik.

Sebagai salah satu partai politik terbesar di Indonesia, Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) memiliki peran besar dalam mendukung jalannya sistem demokrasi di Indonesia. Partai ini memiliki strategi komunikasi politik yang efektif serta memiliki strategi yang tepat untuk menarik minat generasi milenial sehingga pada Pemilu 2024 ini berhasil kembali menjadi partai pemenang dalam Pemilu Legislatif. PDI-P berhasil menembus mencapai 16,72% pemilih atau sama dengan memperoleh 25.384.673 suara.



Gambar 2. Persentase Partai Memenuhi Minimal Ambang Batas Perolehan Suara Pada Pemilu 2024.

Source: Komisi Pemilihan Umum (KPU) Republik Indonesia

Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) menjadi partai yang memperoleh suara terbanyak dan memenuhi syarat ambang batas perolehan suara sah secara nasional yang dimana minimal 4%.

Dalam artikel ini kita akan melihat bagaimana strategi komunikasi politik yang digunakan oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) sehingga partai ini bisa kembali dalam Pemilu Legislatif 2024. Penelitian ini menemukan bahwa PDI-P menggunakan strategi komunikasi politik melalui penggunaan saluran komunikasi mulai dari media sosial, kampanye, hingga influencer atau relawan.

1. Media Sosial

Media sosial menjadi salah satu saluran komunikasi politik yang digunakan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan dalam menyampaikan pesan-pesan politik. Media sosial juga telah menjadi fokus utama dalam literatur terkait peran komunikasi politik (Pranawukir et al., 2023). Penelitian menunjukkan bahwa platform-platform ini tidak hanya menjadi alat untuk menyampaikan pesan politik, tetapi juga sebagai ruang di mana opini publik dibentuk dan diungkapkan. Penggunaan teknologi informasi dan media sosial memungkinkan interaksi langsung antara kandidat dan pemilih, menciptakan dinamika komunikasi yang lebih demokratis dan partisipatif.

Melalui media sosial, PDI-P dapat langsung berinteraksi dengan pemilih, terutama kaum muda yang aktif di dunia digital. Kampanye politik yang dilakukan secara online ini memungkinkan partai untuk menjangkau audiens yang lebih luas, mengatur narasi politik yang menguntungkan, serta merespons isu-isu politik secara cepat dan efektif. Konten visual seperti video, infografis, dan pesan-pesan singkat digunakan untuk menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan (engagement) pemilih.



Gambar 3. Konten Visual pada Media Sosial PDI-P

Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan secara aktif menggunakan media sosial sebagai saluran komunikasi politiknya. Dimana akun instagram yang dimiliki oleh PDI-P secara aktif menyediakan konten visual bagi setiap caleg yang diusungnya untuk menyampaikan pesan politiknya melalui postingan visual tersebut. Dimana konten visual tersebut mempermudah bagi masyarakat untuk mengetahui visi misi setiap calon dan tentunya menarik minat generasi milenial sebab penggunaan konten visual ini mempermudah audiens untuk melihat dan memahami isi dari pesan politik yang ingin disampaikan.

Selain itu, media sosial PDI-P juga digunakan untuk membangun komunitas pendukung yang solid melalui kampanye interaktif, seperti penggunaan tagar (#) dan ajakan untuk berpartisipasi dalam acara online atau offline. PDI-P pun kerap menggunakan tagar (#) disetiap postingannya seperti #PDIPerjuangan #MenangkanRakyat #SolidBergerak #SatyaEvaJayate sebagai ciri khas mereka dalam membentuk suatu citra politik. Terutama #MenangkanRakyat menjadi tagar kebanggaan PDI-P sebab partai mereka memiliki citra politik bahwa kemenangan mereka adalah untuk rakyat.

Dengan memanfaatkan algoritma platform media sosial, PDI-P dapat menargetkan kelompok pemilih tertentu dengan pesan yang relevan dan personalisasi, meningkatkan peluang untuk membentuk opini publik yang sesuai dengan agenda politik partai. Keberadaan media sosial memungkinkan PDI-P untuk mengontrol narasi kampanye secara langsung, menghindari distorsi informasi, dan meredam berita negatif melalui pendekatan komunikasi yang proaktif dan terukur.

2. Kampanye

Kampanye yang dilakukan PDI-P pada Pemilu 2024 memainkan peran sentral dalam strategi komunikasi politik partai untuk memperkuat dukungan publik dan memastikan kemenangan dalam pemilihan. Strategi kampanye politik PDI-P dalam memenangkan Pemilu 2024 dengan fokus pada menjaga integritas dan fokus pada aspirasi masyarakat. Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan menggunakan kampanye baik dalam bentuk fisik maupun digital.

Kampanye fisik berfungsi memperkuat hubungan emosional dengan pemilih melalui kehadiran fisik kandidat, sementara kampanye digital memperkuat pesan-pesan tersebut secara online, memperluas jangkauan, dan memungkinkan keterlibatan publik dalam diskusi politik. Misalnya, setelah melakukan kunjungan ke suatu daerah, tim kampanye PDI-P akan membagikan momen-momen tersebut di media sosial, memperkuat kesan bahwa kandidat benar-benar hadir

di tengah masyarakat. Ini membantu meningkatkan kepercayaan publik terhadap kandidat, sekaligus menciptakan efek viral di dunia maya yang dapat menarik lebih banyak perhatian dan membentuk citra politik yang positif bagi kandidat.

Dalam kampanye fisik, setiap kandidat akan melakukan kampanye door to door ataupun pemasangan baliho. Door to door sendiri dilakukan dengan mengunjungi rumah-rumah pemilih dan mendengarkan langsung aspirasi masyarakat. Dengan cara ini, PDI-P dapat memberikan pesan yang jelas tentang citra partai serta program-program dan tujuannya di masa depan ke masyarakat yang beragam. Untuk kampanye baliho sendiri, biasanya setiap kandidat akan mencetak baliho dan dipasangkan di pinggir jalan atau lokasi tertentu yang sering dilewati banyak orang. Sehingga dengan harapan orang yang melewati baliho tersebut akan melihat para kandidat yang diusung.



Gambar 4. Kandidat PDI-P Melakukan Kampanye Door to Door

Pada gambar 4 dapat kita lihat contoh dari sisi kampanye fisiknya terlebih dahulu. Dimana para kandidat melakukan kampanye door to door dengan menemui masyarakat dan menyerap aspirasi masyarakat secara langsung. Dan dari segi kampanye digitalnya sendiri, PDI-P memposting kunjungan kandidat ke sebuah pasar memperkuat kesan bahwa kandidat benar-benar hadir di tengah masyarakat untuk menyerap aspirasi para pedagang di pasar tersebut.

3. Influencer dan Relawan Organisasi Sayap Partai

Dalam strategi komunikasi politiknya, PDI-P juga memanfaatkan influencer dan relawan untuk memperluas jangkauan pesan mereka. Keberadaan tokoh-tokoh publik yang mendukung PDI-P diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan dan daya tarik di kalangan generasi muda. Pada Pemilu 2024, peran influencer dan relawan organisasi sayap partai seperti PDI-P menjadi bagian penting dari strategi komunikasi politik. Influencer, khususnya mereka yang aktif di media sosial, memiliki kemampuan untuk menjangkau segmen pemilih muda yang sering kali lebih sulit dijangkau melalui media konvensional. Dengan menggunakan influencer yang memiliki banyak pengikut, PDI-P dapat menyebarkan pesan politik secara lebih efektif, membangun narasi yang lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari, dan meningkatkan kesadaran pemilih terhadap program serta kandidat partai. Influencer juga sering kali mengemas pesan politik dengan cara yang lebih kreatif dan menarik, sehingga lebih mudah diakses dan dipahami oleh publik.

Selain influencer, relawan organisasi sayap partai PDI-P, seperti Taruna Merah Putih atau Banteng Muda Indonesia, memainkan peran strategis dalam memperkuat akar rumput dan mobilisasi massa. Relawan ini tidak hanya terlibat dalam kampanye di dunia nyata, tetapi juga di media sosial. Mereka menyebarkan informasi, merespons isu-isu politik yang berkembang, dan

melibatkan masyarakat dalam diskusi politik. Peran ini penting untuk memastikan pesan-pesan politik PDI-P sampai ke lapisan masyarakat yang lebih luas dan beragam, serta untuk membentuk opini publik yang positif terhadap partai dan kandidatnya.

Dukungan dari sayap partai PDI-P seperti:

1. **Banteng Muda Indonesia (BMI)**
Organisasi yang berfokus pada generasi muda, bertujuan untuk membina kader-kader muda partai. BMI aktif dalam menggerakkan pemuda untuk terlibat dalam kegiatan politik dan sosial.
2. **Taruna Merah Putih (TMP)**
Ini adalah organisasi yang juga bergerak di kalangan pemuda, namun lebih fokus pada pendidikan politik dan pengembangan kepemimpinan. TMP berperan dalam membina kesadaran politik di kalangan anak muda dan mengembangkan kepemimpinan mereka.
3. **Repdem (Relawan Perjuangan Demokrasi)**
Organisasi ini berfungsi sebagai wadah bagi aktivis dan relawan yang mendukung demokrasi dan keadilan sosial. Repdem terlibat aktif dalam kampanye-kampanye politik PDI-P serta advokasi untuk isu-isu demokrasi dan hak asasi manusia.
4. **Baitul Muslimin Indonesia (Bamusi)**
Bamusi merupakan sayap organisasi yang bergerak di bidang keagamaan, khususnya Islam. Organisasi ini bertujuan untuk mengembangkan pemahaman keagamaan yang moderat dan sejalan dengan visi kebangsaan PDI-P.
5. **Gerakan Nelayan Tani Indonesia (GANTI)**
GANTI berfokus pada advokasi dan pemberdayaan petani dan nelayan di Indonesia. Organisasi ini bertujuan untuk memperjuangkan hak-hak petani dan nelayan serta mendorong kebijakan yang berpihak pada kesejahteraan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- 55% Pemilih Didominasi Generasi Muda, Bantu KPU Dalam Penyelenggaraan Pemilu 2024. (2023, June 23). KPU. Retrieved October 12, 2024, from <https://www.kpu.go.id/berita/baca/11684/55-pemilih-didominasi-generasi-muda-bantu-kpu-dalam-penyelenggaraan-pemilu-2024>
- Bachtiar, A. (2022, Oktober 3). Strategi Komunikasi Politik PDI-P Menjelang Pemilu 2024 di Masa Pandemi COVID-19: Refleksi Partisipasi Politik Masyarakat di Era Modern Dalam Mewujudkan Demokrasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(3).
- Fadilla, Y. N., & Nurdin, I. (2024, Januari). Kepemimpinan Kolaboratif dalam Momentum Pemilu 2024 Membangun Partisipasi Demokratis yang Berkelanjutan. *JURNAL PEMERINTAHAN DAN POLITIK*, 9, 44-49.
- Ganil, J., Arriane, L., & Ambarwati. (2023, April 10). Strategi Komunikasi Politik Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) Di DKI Jakarta dalam Menyambut Pemilu 2024. *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial*, 1(2).
- KEPUTUSAN KOMISI PEMILIHAN UMUM NOMOR 1204 TAHUN 2024 TENTANG PENETAPAN AMBANG BATAS PEROLEHAN SUARA SAH SECARA NASIONAL DAN PEN. (2024, August 25). Jdih KPU. Retrieved October 12, 2024, from https://jdih.kpu.go.id/data/data_kepku/2024kpt1204.pdf
- Khaldun, I., Taufik, Suparjan, E., & Irwan, A. (2022). *Buku Ajar Pendidikan Antikorupsi*. CV. Bintang Semesta Media.
- Kompasiana. (2024, Januari 17). *Strategi PDIP Dalam Kampanye Politik Menuju Pemilu 2024 Menjaga Integritas Dan Aspirasi Masyarakat Konten ini telah tayang di* <https://www.kompasiana.com/abdurahmanfirdaus2366/65a7efa5de948f42ff2123b8/s-trategi-pdip-dalam-kampanye-politik-menuju-pemilu-2024-menjaga-integritas-dan-aspirasi-masyarakat>

- Lengkap! Hasil Resmi Perolehan Suara Semua Parpol di Pileg 2024.* (2024, March 20). detikNews. Retrieved October 12, 2024, from <https://news.detik.com/pemilu/d-7252792/lengkap-hasil-resmi-perolehan-suara-semua-parpol-di-pileg-2024>
- Nasional Tempo. (2024, Oktober 12). *Duduk Perkara Ketua KPU Kota Solo Dilaporkan Kader PDIP ke DKPP.* https://nasional.tempo.co/read/1927526/duduk-perkara-ketua-kpu-kota-solo-dilaporkan-kader-pdip-ke-dkpp?tracking_page_direct
- Putra, P. M. S. (2023, Desember 14). *Milenial dan Generasi Z Punya Peran Penting di Pemilu 2024, Harus Bisa Warisi Jejak yang Baik.* liputan6. <https://www.liputan6.com/pemilu/read/5480754/milenial-dan-generasi-z-punya-peran-penting-di-pemilu-2024-harus-bisa-warisi-jejak-yang-baik?page=3>
- Rahmadi, A. N., Mubaroq, A., Kristiyono, Nuraliza, V., Melani, A. P., & Ifana, A. (2024, Januari). Peran Komunikasi Politik Dalam Membentuk Opini Publik Menghadapi Pemilu 2024. *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Sosial, Bahasa dan Pendidikan*, 4.
- Siagian, H. F. (2015, Desember). PENGARUH DAN EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SALURAN KOMUNIKASI POLITIK DALAM MEMBENTUKOPINI PUBLIK. *Jurnal Al-Khitabah*, 2, 17-26.
- The Conversation. (2024, Febuari 13). *Pemilu 2024 dalam angka: Milenial jadi penentu, perempuan pemilih terbanyak.*