

**POLITICAL COMMUNICATION STRATEGY FOR
INCREASING THE ELECTABILITY OF THE
DEMOCRATIC PARTY
IN SINGKAWANG CITY**

Written by:

APLONIUS BILLY^{1*}

NIM. E.1101151081

Lina Sunyata², Herri Junius Nge²

* Email: billy@student.untan.ac.id

1. Student of Communication Studies Program, Faculty of Social and Political Sciences Universitas Tanjungpura Pontianak.
2. Lecturer of Faculty of Social and Political Sciences Universitas Tanjungpura Pontianak.

ABSTRACT

This study aims to identify and describe the communication strategy of the Democratic Party in increasing the electability of the party in Singkawang City. The problem that occurs is the acquisition of seats in the Democratic Party DPRD which has decreased from 2014 to 2019, from 3 seats to 2 seats in the DPRD. The research method used is an exploratory method with an inductive approach. The results of the study using the Political Communication Strategy theory (Venus, 2009) showed that the causes of the decline in the electability of the Singkawang Democratic Party were the lack of a vote base, the quality of Singkawang Democrat cadres who were considered inferior to other party cadres, and lack of approach. Although it has the same goal as the 2014 election, it does not increase the electability of the Singkawang Democratic Party in 2019. However, the Singkawang Democratic Party seeks to formulate its plans by increasing the participation of all the nation's potential in realizing a state life that has a clean government, recruiting anyone regardless of race, ethnicity and religion, social status, economy and educational strata. Democrats are presenting as a party that works for the people. The strategy of the Singkawang Democratic Party in promoting through social media can also be said to be lacking, because there is no information on the Instagram account belonging to the Singkawang Democratic Party DPC and only relies on Facebook media. The Singkawang Democratic Party DPC also has obstacles, namely the lack of funds because it only comes from personal funds. The researcher recommends that the communication strategy of the Singkawang Democratic Party is expected not only to provide information through Facebook, but also through other social media, especially Instagram accounts that have been created and be more active in providing information.

Keywords: Strategy, Political Communication, Increasing Electability, Party



STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PENINGKATAN ELEKTABILITAS PARTAI DEMOKRAT DI KOTA SINGKAWANG

Oleh:

APLONIUS BILLY^{1*}

NIM. E.1101151081

Lina Sunyata², Herri Junius Nge²

* Email: billy@student.untan.ac.id

1. Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak.
2. Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi komunikasi Partai Demokrat dalam meningkatkan Elektabilitas partai di Kota Singkawang. Permasalahan yang terjadi karena perolehan kursi DPRD partai Demokrat mengalami penurunan dari 2014 ke 2019, 3 kursi ke 2 kursi DPRD. Metode penelitian yang digunakan adalah metode eksploratif, pendekatan induktif. Hasil penelitian dari teori Strategi Komunikasi Politik (Venus, 2009) menunjukkan bahwa, penyebab menurunnya elektabilitas Partai Demokrat Singkawang adalah kurangnya basis suara, serta kualitas kader Demokrat Singkawang yang dinilai kalah dari kader partai lain dan kurang melakukan pendekatan. Meskipun mempunyai tujuan yang sama seperti pemilu tahun 2014, tetapi hal tersebut tidak meningkatkan elektabilitas Partai Demokrat Singkawang tahun 2019. Namun, Partai Demokrat Singkawang berupaya merumuskan perencanaannya dengan meningkatkan partisipasi seluruh potensi bangsa dalam mewujudkan kehidupan bernegara yang memiliki pemerintahan yang bersih, merekrut siapa saja tanpa memandang ras, suku dan agama, status sosial, ekonomi serta strata pendidikan, Partai Demokrat memberikan pesan kepada masyarakat bahwa Demokrat merupakan partai yang bekerja untuk rakyat. Mengenai strategi Partai Demokrat Singkawang dalam melakukan promosi melalui media sosial, juga masih dapat dikatakan kurang, karena tidak ada informasi di akun *instagram* milik DPC Partai Demokrat Singkawang dan hanya mengandalkan media *facebook*. DPC Partai Demokrat Singkawang juga memiliki hambatan yaitu minimnya dana karena hanya ber sumber dari dana pribadi. Adapun saran rekomendasi dari peneliti adalah strategi komunikasi Partai Demokrat Singkawang diharapkan tidak hanya memberikan informasi melalui *facebook* saja, tetapi juga melalui media sosial lainnya, terutama akun *instagram* yang telah dibuat, agar lebih aktif dalam memberikan informasi.

Kata kunci: Strategi, Komunikasi Politik, Peningkatan Elektabilitas, Partai

A. PENDAHULUAN

Elektabilitas adalah tingkat keterpilihan atau ketertarikan publik dalam memilih sesuatu, baik itu seorang figur, lembaga atau partai, maupun barang dan jasa dimana informasi tersebut didapatkan dari hasil berbagai survei. Menurut Dendy Sugiono (2008) arti elektabilitas ialah ketertarikan seseorang dalam memilih. Secara bahasa istilah elektabilitas ialah hasil serapan dari Bahasa Inggris yaitu “*electability*” yang artinya keterpilihan.

Kampanye politik merupakan serangkaian usaha komunikasi secara terencana yang dilakukan sekelompok orang untuk mendapatkan dukungan dari publik. Untuk meningkatkan elektabilitas seseorang umumnya kampanye politik yang dilakukan ialah dengan pencitraan politik.

Partai Demokrat adalah sebuah partai politik Indonesia. Partai ini didirikan pada 9 September 2001 dan disahkan pada 27 Agustus 2003. Pendirian partai ini erat kaitannya dengan niat untuk membawa Susilo Bambang

Yudhoyono, yang kala itu menjadi Menteri Koordinator bidang Politik dan Keamanan di bawah Presiden Megawati, menjadi presiden. Karena hal inilah, Partai Demokrat terkait kuat dengan figur Yudhoyono.

Partai ini pertama kali mengikuti pemilihan umum pada tahun 2004 dan meraih suara sebanyak 7,45% (8.455.225) dari total suara dan mendapatkan kursi sebanyak 57 di DPR. Dengan perolehan tersebut, Partai Demokrat meraih peringkat ke 5 Pemilu Legislatif 2004. Menjelang Pemilu 2004, popularitas partai ini cukup terdongkrak dengan naiknya popularitas Yudhoyono waktu itu. Bersama PKS, partai ini menjadi the rising star pada pemilu kedua di Era Reformasi itu. Popularitas partai ini terutama berada di kota-kota besar, dan di wilayah bekas Karesidenan Madiun, tempat Yudhoyono berasal. Dari hasil Pemilu 2009, Partai Demokrat menjadi Pemenang Pemilu Legislatif 2009. Partai Demokrat memperoleh 150 kursi (26,4%) di DPR RI, setelah mendapat 21.703.137 total suara (20,4%). Partai Demokrat meraih

suara terbanyak di banyak provinsi, hal yang pada pemilu sebelumnya tidak terjadi, seperti di Aceh, DKI Jakarta, dan Jawa Barat.

Pada Pemilu 2014, jumlah perolehan suara dan perolehan kursi di DPR untuk Partai Demokrat merosot drastis dari posisi pertama pada 2009, menjadi posisi keempat dari 10 partai di DPR, dengan perolehan suara sebanyak 10,19% suara nasional (12.728.913). Perolehan itu disebut-sebut karena kasus beberapa kader partai yang terkait masalah hukum yang membuat citra Partai Demokrat menurun di mata publik.

Pada Pemilu 2019, jumlah perolehan suara dan perolehan kursi di DPR untuk Partai Demokrat menurun dari posisi keempat pada 2014, menjadi posisi ketujuh dari 9 partai di DPR, dengan perolehan suara sebanyak 7,77% suara nasional (10.876.507).

Kota Singkawang adalah kota yang mulai berkembang dimana pengguna internet dan kaum millenials sudah banyak serta berkembang seiring dengan berjalannya kemajuan dan

perkembangan yang signifikan. Penetapan DPT disampaikan pada rapat pleno terbuka KPU Provinsi Kalbar dengan melibatkan 14 KPU dan Panwaslu kabupaten/kota, Bawaslu provinsi, Komisioner KPU Kalbar Delfinus mengatakan, jumlah tersebut berasal dari 174 kecamatan, 2.130 desa/kelurahan, dan 11.658 TPS dengan komposisi 1.755.162 pemilih laki-laki dan 1.680.965 pemilih perempuan. Dari data Kota Singkawang 5 kecamatan, 26 kelurahan, 405 TPS, 74.301 pemilih laki-laki, 72.918 pemilih perempuan, total 147.219 pemilih.

Perolehan kursi DPRD partai Demokrat mengalami penurunan dari 2014 ke 2019 yaitu dari 3 kursi ke 2 kursi DPRD. Masalah strategi komunikasi partai Demokrat ini terletak pada strategi komunikasi pada saat bersosialisasi atau kampanye, di ketahui pada 19 april 2019 dilaksanakannya pemilu di kota Singkawang, dalam waktu sebelum tanggal 19 april para calon legislatif ini yang biasa di sebut dengan Caleg DPRD kota Singkawang melakukan sosialisasi atau biasa di sebut dengan

kampanye. Pada kampanye berlangsung disitulah para calon legislatif menyuarkan kampanye nya dengan mengajak masyarakat untuk memilih para calon legislatif tersebut. Banyak pembicaraan secara tatap muka disitu saat masyarakat menyampaikan aspirasi mereka tetapi banyak kejadian yang sering kita lihat seperti pada saat kampanye para calon legislatif ini banyak melemparkan janji-janji politik, seperti jika saya nanti terpilih maka jalan di desa ini akan saya prioritaskan untuk di perbaiki dan sebagainya dengan cara para calon legislatif itu sendiri ada yang melakukan sosialisasi dari rumah ke rumah, ada yang menggunakan cara di kumpulkan di satu tempat warga dan disitu lah mereka berkampanye.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai strategi komunikasi politik untuk peningkatan Elektabilitas partai Demokrat.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Dalam penelitian ini untuk konsep strategi komunikasi, peneliti

memakai teori tahapan strategi komunikasi politik antara lain : analisis masalah, menyusun tujuan/target (*planning*), segmentasi dan identifikasi sasaran/target, menentukan pesan, membuat strategi dan taktik, alokasi waktu dan sumber dana, serta evaluasi yang akan dijelaskan sebagai berikut (Venus , 2009) :

1). Analisis masalah

Langkah awal dalam strategi komunikasi politik adalah menganalisis masalah. Dalam analisis masalah perlu adanya identifikasi yang jelas, agar dapat melakukan identifikasi dengan jelas, maka analisis masalah harus dilakukan secara sistematis atau terstruktur.

2). Menyusun Tujuan/Target (*Planning*)

Tujuan yang disusun haruslah bersifat logis dan realistis alias tidak terlihat kalau dibuat-buat. Tujuan tersebut dapat berupa penyampaian pesan yang berupa pemahaman baru atau ideologi baru, perbaikan citra, membentuk persepsi atau penyamaan pendapat, dan mengajak masyarakat untuk

melakukan sesuatu yang direncanakannya.

3). Segmentasi dan Identifikasi Sasaran atau Target

Ketika melakukan strategi komunikasi politik, target yang dituju harus di segmentasikan serta diidentifikasi agar proses perencanaan ke depannya dapat dijalankan lebih mudah dan tepat sasaran sesuai dengan *planning*.

4). Menentukan Pesan

Pesan komunikasi politik merupakan suatu sarana yang akan membawa sasaran untuk mengikuti apa yang diinginkan oleh penyampai pesan atau komunikator dari beberapa program komunikasi politik yang pada akhirnya sampai pada pencapaian tujuan

5). Membuat Strategi dan Taktik

Strategi merupakan suatu pendekatan secara keseluruhan yang akan diterapkan dalam komunikasi politik. Penentuan taktik ini sangat bergantung pada apa dan bagaimana tujuan dan sasaran yang akan dibidik oleh komunikator. Semakin kompleks dan jelas tujuan dan sasaran yang akan dibidik maka taktik yang digunakan harus semakin

komunikator politik dituntut untuk kreatif dan variatif. Di sinilah sang kreatif dalam memberikan pesan yang inovatif.

6). Alokasi Waktu dan Sumber Dana

Komunikasi politik tentunya dilakukan dalam waktu yang tidak menentu atau kapan saja. Bahkan ada kalanya waktu tersebut ditentukan oleh pihak luar partai yaitu Panwaslu. Ada juga yang ditentukan sendiri oleh partai itu sendiri. Pengalokasian dana dan operasionalnya ini didasari secara efektif dan efisien.

7). Evaluasi

Evaluasi merupakan tahapan akhir atau tahapan setelah strategi dilaksanakan dan sangat berperan penting dalam perencanaan komunikasi politik. Karena, nantinya hasil dari evaluasi ini akan digunakan dalam melakukan strategi komunikasi politik berikutnya, sehingga evaluasi perlu dilakukan secara terstruktur dan sistematis.

C. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan oleh

peneliti adalah metode eksploratif dengan pendekatan induktif dan data penelitian yang ada dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Subjek dalam penelitian skripsi ini adalah Ketua DPC partai Demokrat Kota Singkawang, Wakil Ketua III DPC partai Demokrat Kota Singkawang, Sekretaris DPC partai Demokrat Kota Singkawang, dan Masyarakat Pemilih pemilu 2019.

Data yang berhasil diambil dari penelitian ini kemudian dicatat dan dikumpulkan dalam kegiatan penelitian untuk dilakukan validasi agar data yang sudah didapat bisa dipertanggung jawabkan kebenarannya.

Keabsahan data dalam penelitian menggunakan triangulasi. Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama.

D. HASIL PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan induktif, dengan menggunakan teknik wawancara

mendalam dengan sejumlah informan dan dari berbagai sumber lain yang berupa dokumen dan arsip dianalisis menggunakan strategi komunikasi politik dari Venus dan berdasarkan teori Empati dan Homofili.

Dalam penelitian ini, para informan diberi berbagai pertanyaan mengenai Strategi Komunikasi Politik Peningkatan Elektabilitas Partai Demokrat di Kota Singkawang. Hasil yang didapat dibagi menjadi beberapa aspek sebagai berikut.

1) Analisis Masalah

Analisis masalah merupakan tahap pertama dalam membuat strategi komunikasi politik. Disini komunikator politik harus memahami betul apa yang menjadi masalah, baru kemudian dicari solusi untuk memecahkan masalah tersebut. Dapat dianalisa bahwa pemilu 2019 sebelumnya sudah berjalan dengan lancar. Akan tetapi menurut TP selaku Wakil Ketua III DPC Partai Demokrat Singkawang, beberapa sistem yang harus diperbaiki yaitu, ketika pemilihan yang harus prosesnya menjadi sehari-hari, bagaimana mempersingkatnya.

Dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti, didapatkan informasi bahwa masalah yang dihadapi DPC Partai Demokrat Singkawang dalam rangka menarik simpatisan adalah citra partai yang menurun dimata masyarakat karena masalah internal dan eksternal, seperti kader-kader demokrat yang terseret kasus korupsi dan berkurangnya pamor SBY, tidak seperti tahun sebelumnya saat menjabat sebagai Presiden, sehingga munculnya bermacam-macam opini public. Hal tersebut membuat Partai Demokrat Singkawang sulit untuk menarik simpatisan dan menjadi tantangan terbesar untuk meningkatkan elektabilitas partai Demokrat dalam pemilihan berikutnya.

Menurunnya elektabilitas DPC Partai Demokrat Singkawang, disebabkan oleh : Pertama : pamor SBY yang sudah tidak seperti dulu sehingga elektabilitas Demokrat menurun, karena kesuksesan Partai Demokrat sebelumnya yang pernah mengusung Bapak DR. H. Susilo Bambang Yudhoyono menjadi Presiden Republik Indonesia, sudah

menjadi suatu indikator bahwa partai demokrat telah diperhitungkan dalam kancah perpolitikan di Indonesia. Walaupun sesungguhnya figur Bapak SBY tidak luput dari keberhasilan besar itu. Kedua : basis suara juga menjadi faktor kurangnya suara yang diperoleh Partai Demokrat Singkawang dan kualitas kader Demokrat yang dinilai kalah dari kader partai yang lain. Hal tersebut diperburuk juga dengan banyaknya kasus korupsi yang menimpa para kader Demokrat, yang akhirnya menjadikan elektabilitas partai Demokrat menurun dan adanya citra buruk dari masyarakat terhadap partai Demokrat. Ketiga : faktor lainnya, disebabkan karena para Caleg Partai Demokrat Singkawang, kurang melakukan pendekatan sehingga masyarakat menilai figur kader Demokrat kurang meyakinkan masyarakat untuk memilih mereka, serta Partai Demokrat Singkawang saat melakukan kampanye tidak mengandalkan kader dari suku tertentu, seperti partai-partailainnya.

2) Menyusun Tujuan/Target (Planning)

Tahap kedua setelah analisis masalah adalah melakukan perencanaan. Perencanaan yang dibuat harus bersifat realistis, rinci dan masuk akal. Peneliti mendapatkan informasi bahwa tujuan yang ingin dicapai Partai Demokrat Kota Singkawang antara lain : Meningkatkan partisipasi seluruh potensi bangsa dalam mewujudkan kehidupan bernegara yang memiliki pemerintahan yang bersih, efektif, efisien, serta dinamis menuju terwujudnya Indonesia yang demokratis, sejahtera, maju, modern dalam suasana aman dan penuh kedamaian lahir dan batin.

Peneliti menganalisis mengenai tujuan yang hendak dicapai oleh DPC Partai Demokrat Singkawang adalah “mewujudkan keinginan luhur rakyat Indonesia untuk mencapai kehidupan yang merdeka”. Pencitraan yang baik merupakan target yang diutamakan oleh DPC Partai Demokrat Singkawang khususnya setiap caleg, yaitu melakukan pendekatan-pendekatan langsung ke masyarakat dengan bersikap terbuka terhadap masyarakat. Dengan pendekatan

yang dilakukan caleg tersebut, diharapkan warga dapat mengenal caleg tersebut dan mendapatkan simpati yang nantinya bermanfaat untuk caleg dan Partai Demokrat Kota Singkawang, pada waktu pemilihan umum dan kemungkinan warga masyarakat memberikan dukungan suara dalam pemilu legislatif nantinya. Meskipun tetap memiliki tujuan yang sama seperti pemilihan umum tahun 2014, tetapi tetap saja tujuan tersebut tidak menaikkan elektabilitas Partai Demokrat khususnya DPC Singkawang pada tahun 2019, sehingga sejumlah kader mendesak SBY untuk turun dari jabatannya sebagai ketua umum Partai Demokrat.

3) Segmentasi Dan Identifikasi Sasaran/Target

Langkah selanjutnya adalah menentukan sasaran atau target yang ingin dituju. Peneliti mendapatkan informasi bahwa sasaran utama dari Partai Demokrat Kota Singkawang, yaitu semua lapisan masyarakat. Dalam hal kriteria pendukung, partai Demokrat tidak ada pengkhususan dalam perekrutan anggota maupun

pemilih, karena partai Demokrat terbuka untuk semua lapisan.

Dalam hal yang menjadi target sasaran DPC Partai Demokrat Singkawang dipilih sesuai dengan kriteria tanpa adanya perbedaan antara satu dengan yang lain, juga tidak memandang status sosial, ekonomi serta strata pendidikan. baik itu masyarakat menengah kebawah maupun masyarakat menengah keatas. Peneliti menganalisa dari kutipan wawancara di atas bahwa target sasaran yang dilakukan Partai Demokrat kota Singkawang adalah terbuka dengan semua lapisan masyarakat, terutama dalam menjangkau para kaum milenial. menjadi sasaran/target, karena mereka merupakan generasi yang sudah mengenal teknologi sehingga generasi ini memiliki potensi akan membangun kota Singkawang dengan ide-ide yang hebat. Para milenial lebih mengandalkan teknologi sebagai media untuk mendapatkan semua informasi.

4) Menentukan Pesan

Berikutnya adalah menentukan pesan. Pesan merupakan unsur terpenting dalam sebuah proses komunikasi. Terlebih dalam komunikasi politik, karena pesan tersebut harus dapat menarik minat, mudah diingat dan tentunya memberikan efek kepada komunikan sesuai dengan apa yang direncanakan oleh komunikator (aktor politik). Peneliti menyimpulkan bahwa pesan politik yang disampaikan DPC Partai Demokrat Singkawang menunjukkan bahwa, “Partai Demokrat merupakan partai yang bekerja untuk rakyat”.

Dalam penyampaian pesan yang dilakukan DPC Partai Demokrat Singkawang adalah harus bersikap santun, pesan yang disampaikan harus berhubungan dengan kepentingan masyarakat dan sesuai dengan isu-isu yang berkembang di dalam masyarakat, serta tidak memberikan janji belaka sehingga masyarakat berkeinginan untuk memilih partai. Penyusunan pesan yang memiliki pesan persuasif dalam arti setiap pesan yang disampaikan diharapkan dapat memberikan

sebuah perubahan. Dalam kajian komunikasi politik penyampaian pesan yang baik dan jelas sangatlah penting, karena pesan saat berkampanye berperan penting dalam mengarahkan bagaimana cara masyarakat memaknainya.

5) Membuat Strategi Dan Taktik

Setelah menentukan pesan, maka selanjutnya adalah membuat strategi dan taktik. Strategi merupakan pendekatan (cara) umum yang dilakukan oleh DPC Partai Demokrat Singkawang untuk menyampaikan pesan politiknya. Peneliti mendapatkan informasi bahwa strategi yang digunakan DPC Partai Demokrat Singkawang yaitu dengan melakukan promosi dengan perantara media komunikasi, serta melakukan promosi/pendekatan secara langsung kepada masyarakat dengan cara menjadikan Partai Demokrat Singkawang sebagai ruang bagi masyarakat di Kota Singkawang, untuk menyalurkan aspirasi dan kreativitas mereka yang dibarengi dengan politik santun.

DPC Partai Demokrat Kota Singkawang setuju dengan kemampuan media sebagai salah

satu sarana yang cukup efektif dalam menyampaikan pesan, memperkenalkan partai dengan program-programnya dan mengambil simpati masyarakat. Hampir tidak ada satupun partai politik yang tidak menggunakan. Sedangkan taktik merupakan cara-cara yang bersifat spesifik yang dilakukan DPC Partai Demokrat Singkawang dalam menerapkan strategi yang dipilih.

DPC Partai Demokrat Singkawang melakukan promosi melalui media komunikasi. Hal tersebut menjadi penting sebab merupakan “perpanjangan tangan” dari semua kegiatan yang akan dan telah dilakukan agar dapat menjangkau target lebih banyak lagi.

Kegiatan promosi dalam tahap ini adalah Promosi Melalui Media Online dan Media Cetak. Peneliti mendapatkan informasi bahwa DPC Partai Demokrat Singkawang selama ini hanya menggunakan sosial media berupa Facebook untuk mempromosikan kegiatan dari Partai Demokrat Singkawang. Sementara untuk akun instagram Partai Demokrat Singkawang telah dibuat

pada bulan Mei 2020, namun peneliti melihat akun instagram tersebut jarang digunakan dan tidak aktif dalam memberikan informasi. Sedangkan untuk promosi di kanal berita Online, kader Partai Demokrat Singkawang mengirim berita kepada perusahaan media lokal, serta melakukan kampanye tidak langsung melalui media cetak.

DPC Partai Demokrat Singkawang juga melakukan promosi secara tatap muka atau langsung. Kegiatan promosi dalam tahap ini calon peserta secara langsung berhadapan dengan masyarakatnya atau pemilihnya. Peneliti mendapatkan informasi bahwa kegiatan yang dibuat DPC Partai Demokrat Singkawang berupa kegiatan yang diharapkan dapat menarik minat masyarakat, sebagai contoh pendekatan kepada masyarakat dengan diskusi bertemu langsung dan kegiatan kerohanian seperti mengadakan natal bersama. Sedangkan untuk hiburan sendiri minim dilakukan DPC Partai Demokrat Singkawang.

6) Alokasi Waktu Dan Sumber Dana

Waktu menjadi hal yang sangat vital dalam melaksanakan suatu strategi komunikasi. Peneliti mendapatkan informasi bahwa dalam segi pelaksanaan kegiatan, DPC Partai Demokrat Singkawang memiliki jadwal khusus. Jadwal tersebut berdasarkan pada hari-hari besar yang tertera di kalender. Seperti hari Kemerdekaan RI, hari Pendidikan Nasional, hari Pahlawan dan sebagainya. Kemudian, waktu menjelang Pemilu, pendekatan yang dilakukan DPC Partai Demokrat Singkawang juga semakin gencar.

Sumber dana merupakan salah satu unsur yang penting dalam menjalankan strategi komunikasi politik, sebab dana tersebut berkaitan dengan kemampuan suatu partai politik dalam mengumpulkan massa. Peneliti mendapat informasi bahwa dari segi pendanaan DPC Partai Demokrat Singkawang kadang mengalami kendala, karena dana yang digunakan untuk membuat suatu kegiatan berasal dari dana pribadi anggota, meskipun ada dana dari pusat dan sumbangan perbulan dari setiap anggota, namun hal tersebut tidaklah mencukupi.

Dalam setiap pelaksanaan pemilu membutuhkan atau mengeluarkan uang yang tidak sedikit. Pengeluaran uang dalam pelaksanaan pemilu tidak hanya dikeluarkan oleh Negara saja, tetapi para calon legislatif yang maju melalui partai politik dalam hal ini Partai Demokrat tidak memberikan dana yang cukup sehingga calon legislatif harus mengeluarkan dana pribadi mereka.

7) **Evaluasi**

Tahap terakhir yang harus dilakukan adalah evaluasi. Evaluasi dilakukan untuk memastikan apakah usaha yang selama ini dilakukan sudah efektif dan mencapai target yang diinginkan. Peneliti mendapatkan informasi bahwa DPC Partai Demokrat Singkawang telah melakukan evaluasi dengan cara melibatkan Pengurus Inti dan anggota untuk membahas mengenai program-program yang telah berjalan, hasil yang didapat serta rencana kedepannya.

Berdasarkan hal di atas, dalam evaluasi, DPC Partai Demokrat Singkawang mengevaluasi secara keseluruhan

kegiatan di akhir pekan, dengan kata lain evaluasi dilakukan juga perminggu. Evaluasi tersebut mereka kategorikan dengan melihat kendala yang dihadapi pada pelaksanaan setiap kegiatan yang dihadapi pada pelaksanaan kegiatan serta pengaruh dari kegiatan terhadap Partai kedepannya.

E. PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya mengenai Strategi Komunikasi Politik Peningkatan Elektabilitas Partai Demokrat di Kota Singkawang, maka diperoleh kesimpulan bahwa, dari analisis masalah menunjukkan menurunnya elektabilitas Partai Demokrat Singkawang karena : 1) Pamor SBY yang sudah tidak seperti dulu sehingga elektabilitas Demokrat menurun, dimana kesuksesan Partai Demokrat yang pernah mengusung Bapak DR. H. Susilo Bambang yudhoyono menjadi Presiden Republik Indonesia. 2) Basis suara juga menjadi faktor kurangnya suara yang diperoleh Partai Demokrat

Singkawang dan kualitas kader Demokrat yang dinilai kalah dari kader partai yang lain, dimana partai lain mengandalkan kader-kadernya dari suku tertentu. 3) Faktor lainnya para Caleg kurang melakukan pendekatan sehingga masyarakat menilai figur kader Demokrat kurang meyakinkan masyarakat untuk memilih mereka.

Meskipun memiliki tujuan yang sama seperti pemilu tahun 2014 dan tetap tidak meningkatnya elektabilitas DPC Partai Demokrat Singkawang. Tetapi tidak adanya hambatan yang berarti, karena DPC Partai Demokrat Singkawang telah merumuskan perencanaannya dengan matang dan rinci. Tujuan yang ingin dicapai Partai Demokrat Kota Singkawang dengan meningkatkan partisipasi seluruh potensi bangsa dalam mewujudkan kehidupan bernegara yang memiliki pemerintahan yang bersih, efektif, efisien, serta dinamis menuju terwujudnya Indonesia yang demokratis, sejahtera, maju, modern dalam suasana aman dan penuh kedamaian lahir dan batin.

DPC Partai Demokrat Singkawang merekrut siapa saja tanpa memandang ras, suku dan agama, juga tidak memandang status sosial, ekonomi serta strata pendidikan. Tidak ada pengkhususan dalam perekrutan anggota, karena partai Demokrat terbuka untuk semua lapisan. Dalam menentukan pesan, DPC Partai Demokrat Singkawang telah membuat pesan politik yang baik dan cukup simple yaitu : “Partai Demokrat merupakan partai yang bekerja untuk rakyat”. Serta melakukan promosi dengan perantara media komunikasi melalui media sosial seperti facebook dan media cetak seperti surat kabar, serta melakukan promosi/pendekatan secara langsung kepada masyarakat melalui diskusi langsung. Akan tetapi, dalam menggunakan media sosial, masih dapat dikatakan kurang, karena tidak ada informasi kegiatan di akun instagram milik DPC Partai Demokrat Singkawang dan hanya mengandalkan media facebook.

Hambatan yang dialami DPC Partai Demokrat Singkawang dalam segi alokasi waktu dan sumber dana

tersebut adalah minimya dana yang dimiliki karena bersumber dari dana pribadi. Sementara dari segi waktu tidak ada kendala, karena sudah sangat tepat. DPC Partai Demokrat Singkawang juga melakukan evaluasi dengan cara melibatkan pengurus inti dan anggota untuk membahas mengenai kegiatan sebelumnya, hasil yang didapat serta rencana kedepannya.

2. Saran

Setelah peneliti menyimpulkan hasil penelitian maka peneliti memiliki beberapa saran yang diharapkan agar Partai Demokrat Singkawang mengandalkan kader-kadernya dari suku tertentu dan lebih melakukan pendekatan kepada masyarakat. Membuat perencanaannya sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai oleh Partai terutama dalam pemilihan umum selanjutnya. Mempertahankan sasaran atau target seperti sebelumnya. Tidak ada pengkhususan dalam sasaran perekrutan anggota. Serta menyampaikan pesan harus berhubungan dengan kepentingan

masyarakat dan tidak memberikan janji belaka.

Diharapkan Partai Demokrat Singkawang tidak hanya memberikan informasi melalui facebook saja, tetapi juga melalui media sosial lainnya, terutama akun instagram yang telah dibuat, agar lebih aktif dalam memberikan informasi. Melakukan upaya dengan mencari sponsor untuk meningkatkan alokasi sumber dana dalam pemilihan selanjutnya, serta terus melakukan evaluasi secara rutin dan melibatkan seluruh kader dalam prosesnya.

F. REFERENSI

- Arifin. 2011. Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. 2006. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Bumi Aksara
- Cangara. H. Hafied. 2013. Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.

Sugiono, Dendy, 2008. Kamus Besar
Bahasa Indonesia. Jakarta:
Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian
Pendidikan Pendekatan
Kuantitatif, Kualitatif, dan
R&D. Bandung: Alfabeta.

Vardiansyah, Dani. 2004. Pengantar
Ilmu Komunikasi :
Pendekatan Taksonomi
Konseptual. Ghalia Indonesia,
Jakarta.

Venus, Antar. 2009. Manajemen
Kampanye : Panduan Teoritis
dalam mengefektifkan
Kampanye Komunikasi.
Jakarta: PT.Simbiosa
Rekatama Media.

Wiryanto. 2006. Pengantar Ilmu
Komunikasi. Jakarta:
Grasindo.