

COMPETITIVE RESEARCH GRANT



KOMUNIKASI POLITIK PARTAI BARU PERSEPSI DI KALANGAN PEMILIH PEMULA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI – FISIP, UNIVERSITAS AL AZHAR INDONESIA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT (LP2M)

Tim Peneliti: Dr. Irwa R. Zarkasi, S.E., M.Si.



Rahman Asri, S.Sos., M.Si.

Wildan Hakim, S.Sos., M.Si.



LATAR BELAKANG

- ❑ Pemilu 2019 selain pemilihan langsung (*one man one vote*), memunculkan 4 partai baru: Partai Persatuan Indonesia (Perindo), Partai Solidaritas Indonesia (PSI), Partai Berkarya, dan Partai Gerakan Perubahan Indonesia (Garuda)
- ❑ Adanya ‘bonus demografi’, peningkatan jumlah kalangan menengah produktif generasi muda sebagai pemilih pemula (*first time voters*) pada Pemilu 2019 yang menjadi target partai politik untuk dapat mendulang perolehan suara.
- ❑ Munculnya anggota legislatif dan partai politik yang bercitrakan ‘anak muda’ (milenials)

TUJUAN PENELITIAN

Melihat bagaimana komunikasi politik partai politik baru dan persepsi di kalangan pemilih pemula (*first time voters*)

MANFAAT PENELITIAN

Diharapkan dari penelitian ini dapat melihat bagaimana komunikasi politik partai baru dan persepsi di kalangan pemilih pemula (*first time voters*)

TINJAUAN PUSTAKA



KOMUNIKASI POLITIK

- komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dan aktor politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan dan kebijakan pemerintah.
- Komunikasi Politik merupakan salah satu fungsi setiap sistem politik, dimana partai politik, menyalurkan aneka ragam pendapat dan aspirasi masyarakat



PERSEPSI

- Suatu proses dialami seseorang dalam memahami informasi-informasi di lingkungan sekitar, melalui indera penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman.
- Persepsi terbentuk karena adanya suatu rangsangan yang diorganisasikan kemudian diberi interpretasi menurut pengalaman, budaya dan tingkat pengetahuannya. Saluran komunikasi melalui media massa baik itu media cetak, elektronik hingga media internet (online).



METODE PENELITIAN



#1 FGD (*Focus Group Discussion*)

Informan FGD diambil dari Pemilih Pemula JABODETABEK (2 grup):

☐ grup Pelajar (SMU/SMK): 3 siswa, 2 siswi

☐ grup Mahasiswa (PTN/PTS): 4 mahasiswa, 2 mahasiswi



#2 *indepth-interview*

Indepth-interview dilakukan pada 2 orang informan mewakili pengurus, akitvis atau caleg Partai Solidaritas Indonesia (PSI):

☐ AB, Ketua Tim Kampanye DPP PSI, sekaligus Caleg untuk Dapil Jawa Timur

☐ FD, Caleg PSI untuk DPD Dapil Tangerang Selatan (TangSel)

HASIL PENELITIAN

Persepsi yang ditangkap informan, terdapat kesamaan antara informan yang berlatar belakang pelajar maupun mahasiswa. Partai Solidaritas Indonesia (PSI) sebagai partai politik baru identik dengan ungkapan sebagai berikut.

- Partainya anak muda atau milenial
- Partai baru yang menyajikan iklan dengan pendekatan berbeda

Iklan politik PSI menampilkan Grace Natalie versi komik/humor menjadikan PSI sebagai partai yang dipersepsikan sebagai parpol yang berbeda.

PSI berpikir kreatif untuk bisa mengenalkan PSI kepada publik melalui tayangan di televisi yang difokuskan pada anak muda sebagai pemilih pemula. Langkah kreatif pengurus PSI menyajikan iklan versi komik berdampak positif terhadap tingkat awareness publik terhadap partai politik baru ini.



SIMPULAN DAN SARAN

- ❑ Iklan politik PSI dinilai unik dan menarik namun belum dinilai pas sebagai sebuah iklan partai politik. Sebagian informan menilai bahwa iklan partai politik harus serius serta menyajikan pesan yang mengajak atau mengandung pesan persuasif. Penyajian iklan yang unik dan menarik berhasil menjadikan PSI sebagai partai politik baru yang dikenali dan diketahui informan. Namun belum meraih dukungan untuk memilih PSI.
- ❑ Jika dikorelasikan perolehan suara PSI sebesar 1,89% (650.351 suara pemilih) pada pemilu 2019 lalu, terlihat bahwa upaya PSI membentuk persepsi di mata konstituen terhenti di tahap kognitif. PSI belum berhasil membentuk aspek konatif atau mampu mendorong konstituen untuk memilih PSI pada saat pemilu. Popularitas yang dibangun PSI belum berbanding lurus dengan capaian elektabilitas.
- ❑ Saran, komunikasi politik yang menargetkan pemilih pemula menjadi tantangan tersendiri untuk menjadi perhatian khusus karena sekaligus menjadi awal pendidikan politik di kalangan muda yang merupakan generasi penerus dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.



TERIMA KASIH



**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Al Azhar Indonesia**