

**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PADA GENERASI MUDA DI RED  
GENERATION PDIP KOTA PALEMBANG**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



**OLEH:**

**FITRI AMELIA**

**07031381520120**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2020**

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF

“STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PADA GENERASI MUDA  
DI RED GENERATION PDIP KOTA PALEMBANG”

Skripsi  
Oleh:

FITRI AMELIA  
07031381520120

Telah dipertahankan di depan penguji  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat  
pada tanggal 28 Juli 2020

Pembimbing:

1. Dr. Hj. RetnaMahriani  
NIP. 196012091989122001

2. Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si  
NIP. 198411052008121003

Penguji:

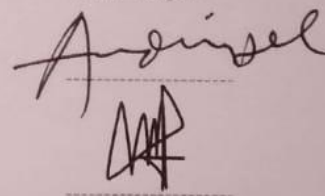
1. Dr. Andy Alfatih, MPA  
NIP. 196012241990011001

2. Rindang Senja Andarini, M.I.Kom  
NIP. 19880211201903211

Tanda Tangan



Tanda Tangan



Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,



Prof. Dr.Kgs. M. Sobri, M.Si  
NIP. 196311061990031001

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si  
NIP. 197905012002121005

26/4-20

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**"STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PADA GENERASI MUDA DI  
RED GENERATION PDIP KOTA PALKEMBANG"**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh  
Derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi

Oleh :

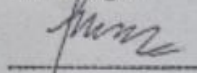
**FITRI AMELIA**

**07031381520120**

Pembimbing I

1. Dr. Hj. Retna Mahriani  
NIP. 196012091989122001

Tanda Tangan

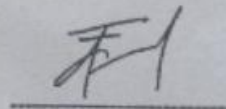


Tanggal

9 Juni 2020

Pembimbing II

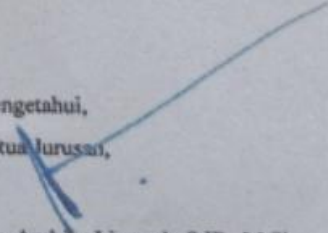
2. Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si  
NIP 198411052008121003



15 Juni 2020

Mengetahui,

Ketua Jurusan,

  
Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si  
Nip. 197905012002121005

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fitri Amelia

NIM : 07031381520120

Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 04 Februari 1998

Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi/Penyiaran

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Politik Pada Generasi Muda Di Red Generation PDIP Kota Palembang.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang di sajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang di sebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang di tetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah di ajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatasan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 13 Juli 2020

Yang membuat pernyataan,


Fitri Amelia

NIM. 07031381520120

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Be prepare for the worse, we will never know what’s gonna be happen in the future”

(Fitri Amelia)

“Barang siapa yang melepaskan satu kesusahan seorang mukmin, pasti Allah akan melepaskan darinya satu kesusahan pada hari kiamat. Barang siapa yang menjadikan mudah urusan orang lain, pasti Allah akan memudahkannya di dunia dan di akhirat. Barang siapa yang menutupi aib seorang muslim, pasti Allah akan menutupi aibnya di dunia dan di akhirat. Allah senantiasa menolong hamba Nya selama hamba Nya itu suka menolong saudaranya”.

(HR. Muslim)

Sebuah harapan kecil yang kupersembahkan untuk :

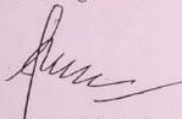
- ✚ Kedua orang tuaku yang tak henti-hentinya berdoa dan menantikan keberhasilanku yang selalu menjadi motivasiku untuk selalu tetap semangat (Bapak Anto Narasoma dan Ibu Syarifah Haryati).
- ✚ Tempat berkeluh kesah dan penyemangat, GGN, JENKINS, SKOTADI ✚ Sahabatku yang selalu ada disetiap keadaan suka maupun duka.
- ✚ Almamater yang menjadi kebanggaanku.

## ABSTRAK

Strategi komunikasi politik yang dilakukan dengan cara mengelola kesan oleh komunikator di Red Generation, dilakukan untuk menarik suara generasi muda yang ada di organisasi tersebut agar dapat memiliki pandangan yang sama terhadap ideologi politik PDI Perjuangan dan dapat memilih kader yang sama menjelang PILPRES 2019 lalu yaitu Joko Widodo. Penelitian ini dilakukan karena peneliti ingin melihat bagaimana strategi yang dilakukan oleh partai melalui organisasi kepemudaan non partai untuk menarik suara pemuda dalam menyumbang suara untuk kemenangan partai dan kader yang diusung pada PILPRES 2019. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif yang memperoleh data melalui wawancara mendalam, dokumentasi, serta observasi. Peneliti melakukan wawancara dengan 3 informan utama dan satu informan pendukung non organisasi untuk keabsahan data dari wawancara mendalam tersebut, yang dalam hal ini juga didukung dengan beberapa dokumentasi pendukung dan observasi ke lapangan untuk memperoleh data akurat dari pemantauan peneliti secara langsung. Berdasarkan dari penelitian tersebut, Red Generation melakukan komunikasi politiknya dengan pendekatan-pendekatan yang memadai dan sesuai dengan kelengkapan dimensi dari teori pengelolaan pesan, yaitu meliputi aktor, penyesuaian karakter, dan wilayah depan sebagai tahapan untuk memulai komunikasi politiknya. Dari seluruh parameter tersebut, maka disimpulkan bahwa strategi komunikasi politik pada generasi muda di Red Generation PDIP Kota Palembang berjalan sesuai dengan tujuannya atau dapat dikatakan berhasil.

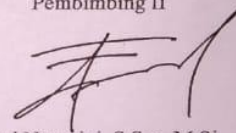
**Kata Kunci: Strategi, Komunikasi, Politik**

Pembimbing I



Dr. Retna Mahriani  
NIP. 196012091989122001

Pembimbing II



Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si  
NIP. 198411052008121003

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



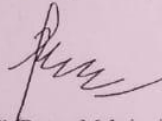
Des Andries Lionardo, S.IP, M.SI.  
NIP. 1979050120021

### ABSTRACT

Political communication strategies are carried out by managing impressions through communicators of Red Generation, conducted to attract the voice of youth generation in the organization in purpose to make them have the same point of view with PDI Perjuangan's political ideology and able to choose the same cadre ahead for the President Election in 2019 named Joko Widodo. This research was conducted because the researcher wanted to see how the strategies carried out by the party through non-party youth organizations to attract youth voices and contributes to votes and win for the President Election in 2019. In this study, researchers used qualitative methods that obtained data through in-depth interviews, documentation, and observation. The researcher interviewed 3 main informants and one nonorganizational supporting informant for the validity of the data from the in-depth interview, which in this case was also supported by some supporting documentation and field observations to obtain accurate data from the researchers' direct monitoring. Based on this research, Red Generation carries out its political communication by approaching the member and completed the dimensions of the management theory itself, which includes actors, character adjustments, and frontal areas as the stages to begin political communication. From all these parameters, it was concluded that the political communication strategy of the youth generation of Red Generation in PDI Perjuangan Palembang City according to its purpose was successfully accepted by the youth generation of Red Generation itself.

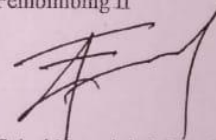
**Keyword:** Strategy, communication, Politic

Pembimbing I

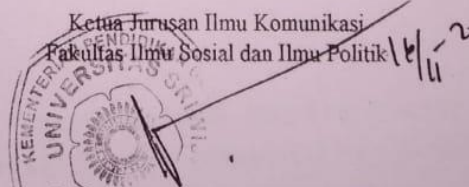


Dr. Hj. Retna Mahriani  
NIP. 196012091989122001

Pembimbing II



Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si  
NIP. 198411052008121003



Drs Andries Lionardo, S.IP, M.SI  
NIP. 197905012002121005

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Strategi Komunikasi Politik pada Generasi Muda di Red Generation PDIP Kota Palembang**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini sudah menjadi kewajiban moral bagi penulis untuk menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya
2. Bapak Prof. Dr. Kgs. M. Sobri, M.Si selaku Dekan FISIP Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sriwijaya.
4. Ibu Dr. Hj. Retna Mahriani selaku Pembimbing I dan Bapak Faisal Nomaini., S.Sos., M.Si selaku Pembimbing II, yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran dan perhatiannya dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen FISIP Universitas Sriwijaya.
6. Seluruh Staff Tata Usaha Jurusan Ilmu Komunikasi Kampus Palembang yang telah menyediakan waktu, pikiran dan tenaga dalam mengurus semua keperluan administrasi penulis.
7. Perangkat organisasi *Red Generation* selaku pihak yang membantu dalam penelitian penulis.
8. Sahabat sepermainanku dan orang-orang terkasih, Desi Fitri Apriliani, Allnot, Rina Utari Saputri, Nanda, Hapsari Calista, Muhammad Noval, Muhammad Samudra, Muhammad Dimas Nawawi, Nyayu Nadia Septiana, Nur Annisa Juliastuti, Fernanda, Mersila Deminito, Nurlydia, dan M. Rindra Akbar, RM Hadyan Muhtadi, Jenkins Kingdom, Klempang Liut, Skotadi yang telah memberikan motivasi dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.



9. Rekan-rekan se-angkatan Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2015 yang telah menjadi keluarga di Kampus, semoga kita sukses semua.

10. Kedua orangtuaku Ayahanda Anto Narasoma dan Ibunda Syarifah Haryati serta Saudara-Saudaraku Alm. Ahmad Febriansyah dan Dede Hidayat yang selalu memberikan do"aa dan semangat dalam proses perkuliahan.

Demikian yang dapat penulis sampaikan, terimakasih untuk semua pihak yang tidak dapat disebut satu per satu yang telah membantu dan mendukung hingga terselesaikannya skripsi ini, dan segala kerendahan hati penulis memohon maaf atas semua kesalahan dan kekurangan yang ada, kritik, dan saran senantiasa diharapkan untuk awal yang lebih baik dikemudian hari. Akhir kata, penulis berharap semoga karya ini dapat memberikan manfaat yang berarti.

Palembang, 24 Juli 2020

Penulis

Fitri Amelia

NIM. 07031381520120

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSYARATAN PUBLIKASI .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR BAGAN .....</b>	<b>xvi</b>

<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.1.1 Landasan Teori .....	15
2.2 Strategi Komunikasi Politik .....	17
2.3 Rekrutmen Politik.....	23
2.4 Teori Impression Management .....	25
2.5 Teori yang Digunakan .....	28
2.6 Kerangka Pemikiran .....	30
2.7 Alur Pemikiran .....	32
2.8 Hipotesis .....	33

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	34
3.2 Definisi Konsep .....	35
3.3 Fokus Penelitian .....	36
3.4 Unit Analisis .....	39
3.5 Penentuan Informan .....	39
3.6 Data dan Sumber Data .....	40
3.6.1 Data .....	40
3.6.2 Sumber Data .....	40
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.7.1 Wawancara Mendalam .....	41
3.7.2 Dokumentasi .....	41
3.7.3 Observasi .....	41
3.8 Teknik Keabsahan Data .....	42
3.9 Teknik Analisis Data .....	43
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
4.1 Sejarah Terbentuknya Red Generation .....	45
4.2 Profile Red Generation .....	46
4.3 Lokasi Sekret Red Generation .....	47
4.4 Logo Red Generation .....	48
4.5 Visi dan Misi Red Generation .....	49
4.5.1 Visi .....	49
4.5.2 Misi .....	49
4.6 Strategi Red Generation .....	50
4.7 Target Red Generation .....	50
4.8 Struktur Organisasi .....	51
4.9 Job Description .....	52
<b>BAB V HASIL DAN ANALISIS .....</b>	<b>55</b>
5.1 Memformulasikan Strategi.....	58
5.1.1 Komunikator. ....	58
5.1.2 Stimulus .....	62

5.2 Implementasi Strategi.....	66
5.2.1 Media .....	66
5.2.2 Konsep .....	71
5.3 Evaluasi Strategi .....	75
5.3.1 Efektivitas Strategi .....	75
5.3.2 Dampak.....	82
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>87</b>
6.1 Kesimpulan .....	87
6.2 Saran .....	89
6.2.1 Saran akademis .....	89
6.2.2 Saran Praktis .....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

#### **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu .....	4
Tabel 3.1 : Rincian Variabel Penelitian .....	38

#### **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 : Testimoni #2019GantiPresiden .....	5
Gambar 1.2 : Testimoni #2019TetapJokowi .....	5
Gambar 4.1 : Denah Lokasi Red Generaion.....	47
Gambar 4.2 : Logo Red Generation.....	48

## **DAFTAR BAGAN**

Bagan 1.3	: Bagan Strategi Komunikasi Politik .....	7
Bagan 2.1	: Alur Pemikiran .....	34
Bagan 4.1	:Struktur Red Generation .....	51

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Komunikasi merupakan aktivitas yang tidak dapat dipisahkan dari berbagai aspek yang ada di dalam kehidupan manusia, termasuk dalam aspek politik. Komunikasi memainkan peranan yang penting karena komunikasi bukan sekedar penerus informasi dari suatu sumber kepada publik, ia lebih mudah dipahami sebagai pencipta kembali gagasan-gagasan informasi oleh publik jika diberikan petunjuk dengan simbol, slogan, atau tema pokok dari informasi yang akan disampaikan ke muka publik. Melalui komunikasi, manusia bisa saling menukar informasi, berbagi, mengembangkan diri, dan berbagai manfaat lainnya. Tanpa komunikasi, manusia tidak akan bisa berkembang. Sebagai makhluk sosial, interaksi dengan sesama manusia tersebut bermanfaat untuk mengukuhkan eksistensi kemanusiaan. Manusia ada dan bereksistensi karena keberadaan manusia yang lain.

Definisi yang tepat untuk menggambarkan pengertian tentang komunikasi, seperti yang dicetuskan oleh Lasswell dan di kutip dalam buku Efendy, dan Onong Uchana tentang ilmu komunikasi teori dan praktek (2005:9) ialah komunikasi merupakan proses yang menggambarkan siapa mengatakan apa dengan cara apa, kepada siapa, dan dengan efek apa. Dalam artian, komunikasi merupakan proses dari seorang pembawa pesan yang menyampaikan suatu pesan kepada seseorang atau lebih untuk mendapatkan efek maupun tanggapan tertentu. Namun komunikasi bukanlah ilmu yang perputaran porosnya

hanya tentang penyampaian pesan dan untuk menerima efek komunikasi saja. Komunikasi mempunyai banyak cabang ilmu yang dapat dikaitkan keberadaannya dengan ilmu komunikasi, termasuk komunikasi dalam berpolitik atau biasa disebut komunikasi politik.

Komunikasi mempunyai unsur-unsur penting di dalam pelaksanaannya, salah satunya adalah komunikator. Penelitian mengenai strategi komunikasi politik ini tentunya akan melihat bagaimana peran besar yang dilakukan oleh komunikator dalam penyampaian informasi politik dan juga cara menentukan dan menjalankan strategi komunikasi dalam mencapai tujuan komunikasi. Komunikator sendiri merupakan suatu kelompok atau seseorang yang menyampaikan gagasan, perasaan, atau pemikirannya kepada orang lain (Effendy:2000). Komunikator adalah pihak yang mempunyai inisiatif untuk mengawali sebuah percakapan dan juga berperan dalam memberikan tanggapan, menjawab pertanyaan dan masukan yang disampaikan oleh komunikan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Tugas utama komunikator dalam penelitian ini adalah memberikan edukasi politik kepada anggota yang di rekrut agar dapat bersinergi dalam mencapai tujuan politik dari partai yang mengusung dengan menyatukan pendapat maupun pandangan politiknya agar dapat lebih leluasa dalam melakukan pergerakan politik maupun meningkatkan kesadaran anggotanya terhadap partai politik yang menaungi, maupun tokoh politik yang diusung oleh partai pada masa pemilihan umum.

Berkomunikasi tentunya dilakukan sesuai dengan proses-proses yang berlangsung di dalam sebuah konteks komunikasi, dapat juga diartikan bahwa proses komunikasi adalah bagaimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikannya, sehingga dapat menciptakan persamaan makna antara

komunikator dengan komunikan. Proses komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif (sesuai dengan tujuan komunikasi pada umumnya). Proses komunikasi ini dapat terjadi apabila ada interaksi antar insan dan ada penyampaian pesan untuk mewujudkan sebuah motif komunikasi.

Proses komunikasi dalam penelitian ini dapat dikatakan sebagaimana sebuah proses komunikasi politik berlangsung di organisasi *Red Generation*. Hal ini dilihat dari proses yang dilakukan oleh komunikator utama dalam organisasi ini untuk menyampaikan pesan politiknya demi terwujud sebuah motif komunikasi yang dalam hal ini ialah untuk merealisasikan tujuan mereka agar dapat diterima dan memberikan hasil atau timbal balik yang sesuai untuk mereka, yaitu dengan merubah persepsi anggotanya terhadap ideologi politik mereka dan mengunggulkan kader yang sama dengan perangkat organisasi *Red Generation* yang merupakan visi utama dari partai politik yang menaunginya.

Proses komunikasi politik berfokus pada bagaimana pesan dari kelompok berkepentingan seperti partai atau grup terkait yang disalurkan melalui jalur langsung (kampanye) atau tidak langsung. Untuk mencapai target agar proses komunikasi politik terjadi, harus disertai dengan berbagai pihak yang saling berkomunikasi, seperti komunikator utama yang merupakan adalah pelaku yang memiliki kepentingan berpolitik, lalu didukung dengan adanya media, lalu sasaran komunikasinya yang merupakan publik dan pemilih. Idealnya, proses komunikasi politik harus terlaksana dengan adanya timbal balik.



Sebelum dikaitkan hubungan antara komunikasi dan politik, dan apa esensi ilmu komunikasi di dalam ilmu politik. Hal utama yang wajib diketahui mengenai pengertian ilmu politik itu adalah usaha untuk menggapai kehidupan yang lebih baik, dalam artian pengaruh dari ilmu politik akan membawa perubahan di dalam aspek kehidupan untuk mencapai sesuatu yang telah menjadi tujuan berpolitik. Ilmu politik tidak semata-mata berjalan lurus dalam pelaksanaannya di kehidupan sehari-hari, dalam penerapan berpolitik tentunya ada berbagai macam teori, sistem, yang akan menghasilkan budaya politik yang berkembang dari hasil pelaksanaan kegiatan berpolitik di suatu tempat maupun kelas tertentu.

Terlaksananya segala fungsi dari sistem politik termasuk informasi politik sebenarnya dipengaruhi oleh budaya politik dimana sistem politik tersebut berlangsung. Menurut Miriam Budiarto dalam buku dasar-dasar ilmu politik (2010:58) budaya politik adalah keseluruhan pandangan-pandangan dengan politik, seperti norma-norma, pola-pola orientasi terhadap politik dan pandangan hidup pada umumnya.

Salah satu kegiatan politik, ialah pemilihan umum. Pemilihan umum (pemilu) merupakan proses pemilihan tokoh-tokoh untuk mengisi struktural jabatan politik tertentu. Jabatan-jabatan tersebut beragam, mulai dari pemilihan Presiden, Wakil Presiden, Parlemen wakil rakyat di berbagai tingkat pemerintahan, seperti Gubernur, Walikota, Bupati, hingga Kepala Desa. Pemilihan umum menjadi momen yang sangat dinantikan karena penyelenggaraannya tidak dilakukan setiap saat, melainkan dengan rentang waktu tertentu sesuai dengan masa berakhir jabatan dalam sebuah posisi politik tertentu.

Pemilu bukan sekedar momentum yang dimanfaatkan untuk mengajukan visi misi ataupun program kerja baru dari

masing-masing calon pemimpin saja. Dalam menjalankan pemilihan umum, untuk menarik suara masyarakat para calon pemimpin maupun partai politik harus mempersiapkan strategi terbaiknya dalam mendulang suara, tentunya dengan memanfaatkan suara dan juga dukungan dari para pemuda yang eksistensinya di Indonesia pada saat ini mencapai persentase dominan, yang sebelumnya diproyeksikan berdasarkan hasil survey penduduk antar sensus (SUPAS) dan diperkirakan jumlah penduduk usia produktif di Indonesia mencapai 183,36 juta jiwa atau sekitar 68,7% pada tahun 2019.

Persentase usia produktif masyarakat Indonesia dapat dijadikan dasar sebagai alasan mengapa partai politik perlu untuk mendulang suara maupun merangkul pemuda agar memiliki ideologi serta pemahaman yang sama dengan mereka. Sehingga, sebagian besar suara dapat di kumpulkan untuk memperoleh kemenangan dalam pemilihan umum, karena itulah PDI Perjuangan melalui *Red Generation* mengumpulkan para pemuda untuk diberikan edukasi politik, sosial, dan kepribadian luhur berdasarkan Pancasila agar dapat meneruskan citta-cita partai sesuai dengan ideologi negara yang juga memberikan keuntungan kepada partai.

Golongan pemuda menurut UU No 40 Tahun 2009 ialah warga negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan yang berusia 16 (enam belas) sampai 30 (tiga puluh) tahun. Kepemudaan juga merupakan hal-hal yang berkaitan dengan potensi, tanggung jawab, hak, karakter, aktualisasi diri, kapasitas, dan cita-cita pemuda. Dalam hal ini, konsep pemuda sangat memenuhi kriteria dalam penggerak utama kontrol sosial, budaya, maupun politik karena citacita luhur yang di dasarnya dengan kualitas diri.

Kepada para calon yang mengikuti kontestasi politik, para pemuda diharapkan dapat berkontribusi dalam mengambil peran sebagai pendorong para calon pemimpin agar dapat berjuang demi rakyat. Pemuda juga dapat mengambil peran sebagai sarana yang memberikan edukasi kepada masyarakat tentang bagaimana memilih calon maupun memberikan contoh tipe ideal untuk pemimpin yang akan dipilih. Hal ini yang mendorong PDI Perjuangan untuk memajukan organisasi kepemudaan *Red Generation* agar dapat menjadi fasilitator dalam memperkenalkan dan membawa elektabilitas kepemudaan agar menjadi lebih baik, khususnya dalam memperkenalkan kader yang diusung dalam PEMILU 2019.

*Red Generation* merupakan organisasi yang menjadi wadah bagi pemuda yang merupakan calon pemimpin di masa depan untuk lebih kritis dalam menangani permasalahan sosial, maupun pembelajaran terhadap kerja sama tim dan menjadi pemuda yang produktif. Organisasi ini bertujuan untuk mewadahi pemuda dalam perwujudan kesejahteraan sosial bagi generasi muda dan menyiapkan kader yang beriman, bermoral, kreatif, mandiri, dan bertanggungjawab untuk siap mengabdikan kepada masyarakatnya dan menjadi calon-calon pemimpin di masa depan.

Dilihat dari tujuan serta cita-cita luhur dari organisasi ini, maka dapat disimpulkan bahwa kedudukan *Red Generation* dalam mewadahi serta memfasilitasi anggotanya adalah sangat penting. Khususnya dalam pemberdayaan kader yang berkualitas dan sesuai dengan ideologi partai dan dapat dididik mulai dari kesadaran sosial hingga seberapa kritis anggotanya dalam menanggapi persoalan politik dalam bernegara.

Politik dan komunikasi berhubungan karena sebagian besar kegiatan berpolitik dilakukan sebagai bentuk komunikasi,

sebaliknya komunikasi dan politik berhubungan karena dalam berpolitik hampir setiap saat berkaitan dengan penyampaian pesan maupun informasi politik terkait kebutuhan dan tujuan berpolitiknya. Dapat di definisikan bahwa komunikasi politik adalah interaksi yang bertujuan untuk mempengaruhi kehidupan dalam bernegara.

Komunikasi politik menurut seorang pakar politik, Maswadi Rauf (Heryanto & Rumaru, 2013:3), berarti objek kajian ilmu politik karena pesan-pesan yang diungkapkan dalam proses komunikasi bercirikan politik, yaitu berkaitan dengan kekuasaan politik negara, pemerintahan, dan juga aktivitas komunikator dalam kedudukan sebagai pelaku kegiatan politik. Komunikasi politik dilihat dari dua dimensi, yaitu komunikasi politik sebagai kegiatan politik dan sebaga kegiatan ilmiah.

Salah satu kegiatan dalam proses komunikasi politik yang menarik untuk dibahas adalah strategi komunikasi politik. Kedudukan strategi komunikasi politik sangat diperlukan sebagai penentu kemenangan politik antar kompetitor dan juga dalam perolehan suara rakyat untuk partai maupun tokoh politik yang diusung oleh partai. Di dalam pemilihan umum, sebuah strategi politik sangatlah diperlukan untuk suatu partai atau partai yang menjadi peserta dalam pemilihan umum. Hal ini dikarenakan peranan strategi komunikasi politik sangatlah penting dalam merencanakan dan melaksanakan dalam ikut serta pada hasil perolehan suara partai politik dan pemilihan umum. Strategi komunikasi politik juga sangatlah penting dijadikan obyek kajian dalam suatu penelitian (Firmanzah, 2008).

Strategi komunikasi politik memberikan manfaat untuk membangun maupun menciptakan kekuatan melalui kontinuitas dan juga konsistensi dalam mencapai tujuan berpolitik. Hal ini diwujudkan sebagai kekuatan dalam pembuatan taktik untuk

berkomunikasi politik. Perencanaan taktis dapat dengan mudah berjalan, apalagi jika telah disetujui dan sepakat dijalani secara bersama-sama.

Peran strategi komunikasi politik di dalam penelitian ini tentunya harus ditelusuri untuk melihat bagaimana komunikasi politik yang dilakukan oleh *Red Generation* berjalan dan dapat sesuai dengan visi dan misi organisasi maupun partai. Karena, untuk melakukan pendekatan-pendekatan terhadap anggotanya dan memberikan pemahaman terhadap tujuan politik, komunikator sangat memerlukan strategi agar pesan politik yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh anggota *Red Generation* selaku komunikan politiknya.

Melalui pendekatan-pendekatan yang bersifat interpersonal, perangkat organisasi *Red Generation* menjalankan strateginya. Pendekatan yang dilakukan ialah dengan cara memberikan kesan terbaik mereka untuk mempermudah dalam mendekati dan mengenal masing-masing anggotanya lebih lanjut sebelum masuk ke tahapan pembahasan pesan politiknya secara spesifik untuk menyampaikan tujuan utama dari pelaksanaan komunikasi politiknya. Hal ini sangat penting dilakukan agar penyampaian pesan komunikasi dapat diterima dengan baik dan lebih terbuka oleh anggotanya.

Selain berbicara tentang bagaimana komunikasi itu akan berlangsung, tentunya sebelum hal itu terjadi terdapat perencanaan yang disusun secara matang guna menjalankan misi untuk mewujudkan tujuan dari terlaksanakannya komunikasi tersebut. Menurut teori manajemen strategi yang dicetuskan oleh Fred R David, dalam perencanaannya terdapat tiga hal yang harus diperhatikan untuk merancang strategi khususnya dalam

hal ini ialah untuk menyampaikan komunikasi politik *Red Generation*, yaitu dengan cara:

1. Memformulasikan Strategi
2. Mengimplementasikan Strategi
3. Evaluasi Strategi

Berdasarkan unsur pelaksanaan strategi tersebut, tentunya perangkat *Red Generation* melakukan eksekusi dalam penyampaian komunikasinya sesuai dengan ketiga tahapan itu dengan melihat peluang dan melakukan riset internal serta eksternal yang dapat dicocokkan serta dibandingkan dengan selera, pendapat, maupun ketidaksukaan anggotanya terhadap suatu isu dan metode pendekatan tertentu.

Setelah itu mereka memfokuskan terhadap pelaksanaan komunikasinya dengan cara mengimplementasikan strategi tersebut dengan pertimbangan dalam tahapan utama yaitu memformulasikan strategi dan melihat kecocokan serta menentukan metode pendekatan komunikasi yang tepat lalu merealisasikannya. Perangkat organisasi *Red Generation* dalam hal ini memfokuskan strategi dengan melakukan pendekatan interpersonal dan memberikan kesan terbaik mereka agar dapat memasuki ruang fikiran dan menarik ketertarikan anggotanya dengan cara tersebut.

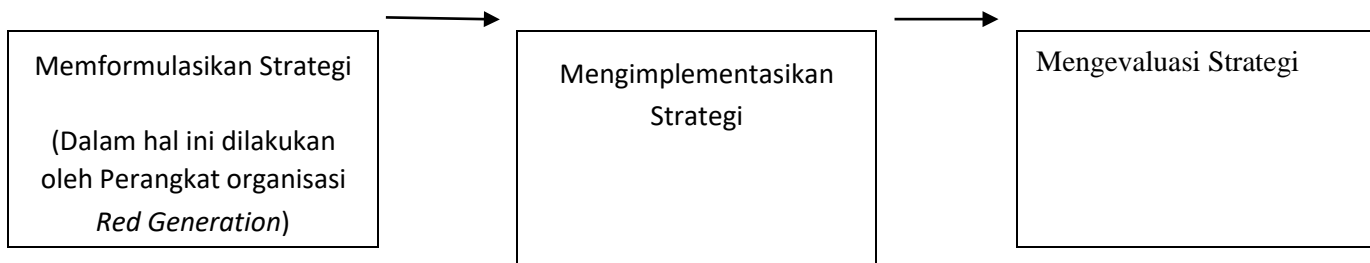
Tahapan eksekusi terakhir yang dilakukan adalah dengan cara melakukan evaluasi strategi, dalam hal ini perangkat organisasi *Red Generation* melihat, membahas, dan mengkaji bagaimana jalannya strategi yang sudah mereka lakukan. Melihat dampak serta efek yang ditimbulkan dari pelaksanaan komunikasi politik yang direalisasikan dan bagaimana kecocokan hasilnya dengan apa yang diinginkan oleh organisasi

maupun partai dan keberhasilan dari pelaksanaan strategi tersebut serta dinilai seberapa efektif metode dan pendekatan-pendekatan yang telah dilakukan sebelumnya.

Berdasarkan penjelasan tersebut, adapun tahapan strategi komunikasi politik sebagai sebuah konsep dapat dilihat pada skema berikut ini:

**Bagan 1.1**

**Strategi Komunikasi Politik**



*Sumber : Diolah oleh penulis merujuk pada teori Manajemen Strategi oleh Fred R David*

Dari skema tersebut, dapat di simpulkan bahwa strategi komunikasi politik terjadi dengan menetapkan tahapan-tahapan strategi komunikasi yang di mulai dengan menetapkan tujuan dan sasaran (yang dalam hal ini adalah anggota yang di rekrut) dengan cara memformulasikan strategi tersebut terlebih dahulu, ialah dalam hal ini sebelum menentukan strategi macam apa yang akan digunakan perangkat organisasi *Red Generation* memfokuskan terhadap komunikan atau sasaran mereka yang

dapat ditentukan dan di lihat latar belakang, tujuan, serta hal-hal yang disukai oleh mereka.

Setelah menentukan sasaran, komunikator baru dapat merancang dan menyusun strategi aksi untuk mendapatkan respon baik dengan cara yang semenarik mungkin dan setepat-tepatnya agar kemudian strategi komunikasi politik dapat berjalan dengan efektif dan mendapat *feedback* yang sesuai dengan tujuan utama komunikator.

Selain itu, komunikasi politik memiliki beberapa bentuk dari yang dilakukan komunikator selaku pelaku utama dalam pembangunan komunikasi politik untuk mencapai tujuan berpolitiknya. Bentuk-bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh komunikator infrastruktur politik menurut Arifin dalam bukunya yang berjudul komunikasi politik (2003: 65-98) adalah *Retorika, Agitasi Politik, Propaganda, Public Relations Politic, Kampanye Politik, Lobi Politik, dan Media Massa*.

Dalam strategi komunikasi politik yang akan diimplementasikan pada penelitian ini, komunikator utama dalam penyampaian pesan politik biasanya akan dilakukan oleh ketua umum, sekretaris jenderal, dan bendahara umum. Dalam unsurunsur komunikasi tentunya harus ada komunikator untuk memulai jalannya komunikasi dalam penyampaian informasi terhadap komunikan atau penerima pesan. Dalam hal ini, komunikator berperan besar untuk menyampaikan pesan politik dan mengatur strategi agar pesan politiknya dapat tersampaikan dengan baik, tentunya sesuai dengan urutan berdasarkan skema yaitu dengan memformulasikan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi strategi.



## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang diatas, masalah yang akan dikaji dalam laporan ini adalah

“Bagaimana strategi komunikasi politik pada generasi muda di *Red Generation* PDIP Kota Palembang?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendapatkan gambaran tentang strategi komunikasi politik pada generasi muda di *Red Generation* PDIP Kota Palembang.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik dari segi teoritis, metodologis, dan praktis. Adapun manfaat tersebut sebagai berikut:

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Secara akademis, penelitian ini diharapkan, dapat memberikan kontribusi pada pengembangan atau khasanah keilmuan mengenai bagaimana strategi komunikasi politik pada generasi muda yang di lakukan *Red Generation* PDIP Kota Palembang.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan tentang strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh *Red Generation* dalam menarik generasi muda agar mempunyai visi serta misi, maupun pandangan yang sama terhadap sebuah aspek politik. Sehingga bisa mendapatkan suara untuk calon yang diajukan dalam kontestasi PILPRES 2019 dalam konteks adaptasi komunikasi politik terhadap kesesuaian cara pandang generasi muda dengan melakukan pendekatan tertentu, dan strategi dalam melakukan pendekatan di dalam komunikasi politik. Melalui penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi referensi atau literature untuk menambah wawasan masyarakat tentang strategi komunikasi politik, yang dalam hal ini dilakukan di *Red Generation* PDIP Kota Palembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfian. 1991. *Komunikasi Politik dan Sistem Politik Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Arifin, Anwar. 2003. *Komunikasi Politik: Paradigma-Teori-Aplikasi-Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Jakarta: PT. Balai Pustaka. Budiarmo, Miriam. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka, 2010
- Brian, McNair. 2015. *Pengantar Komunikasi Politik*. Bandung: Nusa Media.
- Cangara, H. 2009. *Komunikasi Politik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cangara, H. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Penerbit Raja Grafindo Persada.
- David FR. 2006. *Manajemen Strategis*. Sulistio P dan Mahardika H, penerjemah; Rahoyo S, editor; Edisi Sepuluh. Jakarta: Salemba Empat. Terjemahan dari: Strategic Management “*Concept and Cases, 10<sup>th</sup> ed*”.
- David, Fred R. 2011. *Manajemen Strategis: Konsep*. Jakarta Salemba Empat.
- David, Fred R. 2004. *Manajemen Strategis, Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Ganesha.
- Dr. Thomas, Tokan. 2016. *Komunikasi Politik: Mempertahankan integritas akademisi, politikus, dan negarawan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama..

- Edi Harahap dan Syarwani Akhmad. 2016. *Komunikasi Antar Pribadi: Perilaku Insani dalam Organisasi Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Efendy, Onong Uchjana. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Efendy, Onong Uchjana. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Efendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Firmanzah. 2008. *Marketing Politik*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Haryanto. 1982. *Sistem Politik: Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Liberty.
- Heryanto, Gun Gun dan Sgulhan Rumar. 2013. *Komunikasi Politik (Sebuah Pengantar)*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Kasiram, Moh. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif - Kuantitatif*, Malang: Maliki Press.
- Moleong, Lexy J. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Rosdakarya.
- M. Subana, 2001. *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah, Edisikesatu*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Widya Padjadjaran. Moleong, Lexy J. 1991. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Yosal Iriantara. 2013. *Komunikasi Antarpribadi*: Tangerang Selatan:Universitas Terbuka

**Sumber Lain :**

**Jurnal**

Umaimah, Wahid. 2012. Aliansi Jaringan dalam Proses Komunikasi Politik Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Perempuan. Jakarta: Universitas Budi Luhur.

Eko, Harry, Susanto. 2013. *Dinamika Komunikasi Politik dalam Pemilihan Umum*.

Jakarta: Universitas Tarumanegara.

Kamaruddin, Hasan. 2009. *Komunikasi Politik dan Pencitraan (Analisis Teoritis Pencitraan Politik di Indonesia)*.

Baturaja: Universitas Baturaja.

**Online** <https://pinterpolitik.com/menguak-perkumpulan-swing-voters-indonesia> (Diakses pada tanggal 02 Agustus 2019)

<https://m.cnnindonesia.com/nasional/20181021203231-32-340231/swing-votersjaditantang-terbesar-paslon-pilpres-2019>(Diakses pada tanggal 02 Agustus 2019)