

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pada era reformasi Indonesia menerapkan sistem multipartai yang memberikan kebebasan politisi untuk mendirikan partai politik untuk saling bersaing mendapatkan kekuasaan. Hal ini menimbulkan euforia politik baru ditandai dengan kemunculan begitu banyaknya partai politik. Disisi lain, penerapan sistem multipartai nyatanya memicu persaingan politik yang ketat antar partai karena partai lebih fokus berebut kursi pemerintahan bukan menjalankan fungsi partai dalam mengakomodasi aspirasi dan tuntutan masyarakat. Sehingga partai politik menggunakan segala strategi untuk meraih dukungan suara, seperti halnya tidak lagi menjangkau dukungan suara yang sesuai dengan karakteristik ideologi partainya, membentuk relasi kartel dan koalisi dengan partai yang memiliki peluang besar menang, politik patron dengan model pencalonan tunggal juga seringkali ditemui, hingga dominasi oligarki elit partai yang hanya mengandalkan karisma ketua umumnya menjelang pemilu dilaksanakan.

Namun, masih ada partai yang menjalankan fungsi partai secara konsisten seperti Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) dengan menyampaikan pesan politiknya yang kemudian ditampilkan di media sosial Instagram @pdiperjuangan melalui kader – kadernya. Terkait dengan hal tersebut, PDI-P sendiri menggunakan strategi *political branding*-nya pada akun instagram @pdiperjuangan. Dalam membangun *branding* politik di Instagram PDI-P memanfaatkan *brand – brand* politik yang berhasil diciptakan oleh masing - masing kader PDI-P secara personal saat melakukan aktivitas politiknya sehari - hari. Dalam menampilkan karakteristik kepribadian dari masing – masing kader partai, PDI-P memilih strategi menunjukkan ciri khas yang unik dari setiap anggota partainya di instagram @pdiperjuangan sebagai sosok yang peduli dengan rakyatnya atau Partainya Wong Cilik. Seperti Armuji selaku kader yang paling sering diposting di instagram @pdiperjuangan

berusaha sebagai sales partai politik yang menjual PDI-P melalui kegiatan yang diadakannya bersentuhan langsung dengan masyarakat.

PDI-P memunculkan *brand* positif (*Positive Brand Associations*) di instagram @pdiperjuangan, seperti Partai Wong Cilik, Banteng Metal, dll. Strategi ini dilakukan PDI-P untuk membedakan diri dari lawan politiknya dan membangun pengenalan nama dengan pemilih melalui *brand* tersebut. PDI-P juga memanfaatkan logo banteng hitam bertanduk mekar dipojok kiri atas postingan, logo angka 3 di atas logo partai, logo 50 tahun PDI Perjuangan di pojok atas sebelah kanan atau kiri postingan di instagram @pdiperjuangan secara konsisten pada seluruh postingan. PDI-P juga membangun strategi *political branding*-nya dengan menciptakan slogan Wong Cilik dan Banteng Metal. Tak sampai disitu, PDI-P juga menggunakan format *caption* seragam pada tiap postingan yang menjelaskan judul konten, ide pokok utama yang dibahas pada postingan, dan langkah yang diambil oleh para kader PDI-P terhadap isu yang dibahas pada postingan tersebut. Berbeda halnya dengan partai lain, hanya PDI-P yang menjelaskan segala aktivitas politik secara dilakukan dengan rinci dengan format tersebut. Dalam melakukan strategi *political branding*, PDI-P juga menggunakan 3 *hashtag* yang selalu digunakan di instagram @pdiperjuangan, yakni #PDIPerjuangan, #bangunlahjiwadanbadannya, dan #SolidBergerak. Ketiga *hashtag* tersebut selalu digunakan PDI-P dalam setiap *caption* di postingannya dan posisinya ditampilkan pada bagian bawah *caption*. Strategi *political branding* PDI-P juga dilakukan dengan menampilkan *quote – quote* Ir. Soekarno yang hampir rutin di post setiap harinya pada bagian akhir postingan di hari tersebut.

Strategi lain yang dilakukan PDI-P dalam membranding partainya adalah dengan menampilkan kedekatannya bersama kader PDI-P yang berasal dari kalangan selebriti (*celebrity endorsement*). PDI-P sendiri melakukan strategi *political branding* dengan memanfaatkan dukungan selebriti, yakni Rano Karno. Dukungan dari selebritas yang dimanfaatkan oleh PDI-P dalam membangun *political branding*-nya dapat menstimulus dukungan suara terhadap partai karena adanya eksposur yang telah dimiliki oleh masing – masing selebriti yang nantinya berdampak pada perolehan dukungan suara

terhadap partai.

Keterlibatan pengguna media sosial juga sangat menentukan keberhasilan strategi *political branding*. Hal ini dapat diukur dari beberapa aspek, yakni jumlah pengikut (*followers*), tren pembicaraan (*trending topic*), *like*, komentar, dan jumlah postingan. Pada aspek followers PDI-P hanya sebanyak 293.000 dengan menduduki peringkat ketiga jumlah partai dengan followers terbanyak dan Partai Demokrat menduduki peringkat pertama partai dengan jumlah followers terbanyak. Namun, jika dilihat berdasarkan aspek lainnya seperti jumlah post, rata – rata postingan per bulan, likes, dan komentar PDI-P selalu unggul dibanding partai lainnya. Berdasarkan aspek jumlah konten yang dipost oleh PDI-P di instagram termasuk paling banyak dibanding dengan partai lain hingga mencapai 36.567 post dengan rata – rata jumlah postingan perbulan sebanyak 890 post dan mendapatkan *likes* dari masyarakat hingga 20.989 dan jumlah komentar mencapai 3.220 komentar. PDI-P selalu konsisten membuat konten terkait kegiatan politik kader – kadernya setiap hari sebanyak 17 – 43 konten di instagram @pdiperjuangan. Tentu dengan tingginya keterlibatan pengguna dalam berinteraksi di instagram @pdiperjuangan secara tidak langsung PDI-P mendapatkan kepercayaan dan loyalitas dari masyarakat sehingga mau mengomentari dan meng-*like* postingan partai.

PDI-P yang melakukan strategi *political branding* di instagram @pdiperjuangan dengan seringkali mengatasnamakan suatu isu saat sedang terjun langsung menyelesaikan persoalan yang terjadi di masyarakat dan biasanya dilakukan oleh kader – kadernya di daerah pemilihan masing - masing. Dimana *internal alignment* yang ditampilkan di instagram @pdiperjuangan dengan memperlihatkan kader – kader partai sedang melakukan seminar, konferensi pers, hingga sidak langsung ke jalan. Dalam menampilkan isu – isu PDI-P juga menggunakan *headline* yang semenarik mungkin, seperti menampilkan panggilan sapaan Cok Ace, Cak Ji, Cak Ari, dll.

Strategi PDI-P dalam mengkomunikasikan *branding* politik sebagai

Partai Wong Cilik juga dibuktikan dengan kader – kadernya yang selalu turun langsung ke jalan agar dekat dengan rakyat dan memahami persoalan – persoalan yang terjadi di masyarakat untuk dicarikan solusi terbaiknya. Dalam menyampaikan *branding* politiknya, PDI-P mengkomunikasikannya melalui dialog yang diselenggarakan kader partai di daerahnya masing – masing atau permintaan dari masyarakat untuk berdiskusi dengan anggota partai, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), mahasiswa, serta organisasi kemahasiswaan. Tak hanya itu, PDI Perjuangan juga mendirikan berbagai organisasi sayap seperti Banteng Muda Indonesia (BMI), Baitull Muslimin, dan Taruna Merah Putih (TMP) guna menjadi perantara partai dalam menyampaikan pesan politiknya terhadap masyarakat. Dalam menyampaikan *brand – brand* politiknya Partai PDI-P selalu melibatkan warga dalam setiap kegiatan politik yang dilakukannya. Warga yang terlibat secara otomatis diharapkan menjadi pemilih yang loyal atau pendukung yang kuat (baik partai maupun calon yang dikampanyekan).

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

Partai politik dalam merancang strategi politik di media sosial khususnya instagram tentunya dapat menggunakan kreativitasnya semaksimal mungkin dalam menampilkan aktivitas politik yang dilakukan partai, namun tetap mengedepankan kepentingan masyarakat sehingga program yang dihasilkan tepat sasaran. Dibentuknya tim khusus yang mengelola akun media sosial partai dalam melakukan strategi *branding* politik guna merancang inovasi program baru, dengan ini menarik dukungan dari masyarakat.

5.2.2 Saran Teoritis

Perlu adanya penelitian lanjutan bagi peneliti lain yang mungkin tertarik meneliti penelitian sejenis, tentunya dengan teori dan narasumber yang berbeda sehingga penelitian yang dihasilkan akan semakin meluas dari berbagai perspektif teori. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih baik lagi dengan cakupan yang luas dan bervariasi narasumber.