

Strategi Komunikasi Politik PDI-P Menjelang Pemilu 2024 di Masa Pandemi COVID-19: Refleksi Partisipasi Politik Masyarakat di Era Modern Dalam Mewujudkan Demokrasi

Alfan Bachtiar¹

¹Institute Bisnis dan Informatika (IBI) Kosgoro 1957
E-mail: alfanwow@gmail.com

Article History

Received: 30 November 2022

Revised: 1 Desember 2022

Accepted: 2 Desember 2022

Keywords: *Political Parties, Political Participation, Political Communication*

Abstract: *The 2024 elections have raised public concern due to the covid- 19 pandemic which threatens the safety of many people if the people do not participate in realizing democratic elections. Political parties as the most essential organs in building public opinion are needed to realize this participation. The development of information technology creates a new form of political participation based on online media. At present, it can be seen that the Indonesian Democratic Party of Struggle (PDI-P) has massively installed Puan Maharani's billboards titled "Wings of Diversity" massively throughout Indonesia. Therefore, this study analyzes how the development of Information and Communication Technology (ICT) can affect the form of public political participation and how PDI-P adjusts. This research uses Aeron Davi's Theory about the important role of online media as a forum for alternative political participation of the community in realizing democracy in modern times where informations technology offers tools to apply democratic theory, especially regarding more inclusive public participation between ordinary citizens and political elites. The results of the analysis show that PDI-P is aware of the large potential for societal divisions in the 2024 Election so that the direction of its political communications is not only oriented toward winning the election but also encouraging community unity in democratic political participation but still not optimally utilizing online communications channel. PDI-P prioritizes traditional political communication. Several improvements need to be made to minimize the negative impact of political participation through digital online media.*

PENDAHULUAN

Sejak awal tahun 2020 hingga hari ini hampir seluruh negara di dunia tengah dilanda sebuah bencana yang menimbulkan krisis besar yaitu tersebarunya Coronavirus Disease 2019 (Covid-19) menjadi pandemi dunia. Indonesia sendiri menjadi salah satu negara yang paling terdampak akibat

jumlah penduduk yang tinggi. Peristiwa yang terjadi di berbagai negara khususnya Indonesia telah membuktikan bahwa pandemi Covid-19 tidak hanya berdampak pada bidang kesehatan namun menyebabkan perubahan yang signifikan dalam kehidupan bernegara tanpa terkecuali penyelenggaraan kontestasi politik.

Tantangan yang paling utama ialah bagaimana menguatkan persatuan bangsa untuk saling bergotong-royong mewujudkan pemilu demokratis di masa pandemi. Dinamika partisipasi politik modern yang mendorong masyarakat menjadi individualis membuat tren partisipasi politik masyarakat tidak berorientasi pada keterlibatan politik formal namun melakukan bentuk partisipasi alternatif seperti demonstrasi, membaca dan memproduksi blog dan tweet politik, dan lain sebagainya yang berorientasi pada penggunaan media online digital.

Pada masa pandemi Covid-19 ini, partisipasi politik alternatif haruslah didorong untuk menghindari penyebaran pandemi dalam proses komunikasi politik. Penggunaan media online membuat partisipasi masyarakat yang lebih inklusif antara warga negara biasa dan elit politik, alhasil sistem ini akan mewujudkan demokrasi deliberasi dan kebijakan yang pro rakyat. Kendati demikian, di sisi lain hal ini mendorong distrupsi besar-besaran dimana masyarakat akan dengan mudah terbawa oleh informasi yang tidak akurat sehingga terjerumus dalam propaganda yang memecah. Namun, semua problematika tersebut pastinya dapat teratasi jika masyarakat dapat bersatu, dan organ negara yang paling mampu dalam mewujudkannya ialah partai politik.

Menurut Miriam Budiardjo, partai politik adalah wadah organisasi yang bisa menyatukan orang-orang melalui proses konsolidasi pemikiran dan orientasi masyarakat sehingga pengaruh partai politik lebih besar daripada pembuat keputusan (pemerintah) sekalipun (Budiardjo, 2008:403). Secara yuridis normatif, hal ini sejalan dengan Pasal 1 ayat (1) UU No. 2 Tahun 2008 tentang Partai Politik yang mendudukan bahwa salah satu fungsi dan tujuan partai politik ialah untuk memelihara keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia, tentunya melalui komunikasi politik. Sebagaimana menurut Aeron Davis bahwa partisipasi publik dan keterlibatannya sangat penting untuk mewujudkan demokrasi yang sehat dan memberi legitimasi pada pemerintah sehingga institusi politik dan media harus mempromosikan partisipasi yang baik dan besar. Menurutnya, sikap apatis politik masyarakat disebabkan oleh kegagalan institusi politik sebagai lembaga demokrasi (Davis, 2019).

Menuju Pemilu 2024 ini, telah terlihat beberapa partai politik menyusun dan mulai melaksanakan strategi komunikasi politiknya dan yang paling menarik perhatian masyarakat hari ini ialah strategi komunikasi politik Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) sebagai partai pemenang dua kali berturut-turut pada Pemilu 2014 dan 2019. Beberapa waktu terakhir, terlihat PDI-P telah memasang poster/baliho secara masif yang tersebar di seluruh kab/kota yang memperlihatkan gambar Puan Maharani dan lambang kebanggaan PDI-P yaitu kepala banteng hitam dengan tajuk “Kepak Sayap Kebhinekaan”. Hal ini sontak menjadi topik hangat di tengah masyarakat, bahkan tidak sedikit akun-akun media sosial bercentang biru ikut memposting potret tersebut dengan caption yang beragam mulai dari kritik, sindiran, bahkan menjadi objek candaan.

Terlihat banyak masyarakat pengguna media sosial juga turut menanggapi dengan komentar yang berusaha menerka strategi komunikasi politik yang sedang dicanangkan PDI-P. Kendati demikian, tidak terlihat baliho Puan Maharani bertebaran di media digital online. PDI-P terkesan masih menggunakan metode tradisional dalam komunikasi politiknya, padahal di era modern ini khususnya di masa pandemi Covid-19 yang membatasi pergerakan masyarakat, komunikasi politik PDI-P harusnya lebih berorientasi pada pembangunan opini publik melalui media komunikasi online. Melalui fenomena ini, penulis merasa sangat menarik untuk menganalisis lebih dalam tentang bagaimana strategi politik PDI-P melalui telaah terhadap arah atau tujuan komunikasi

politik dan saluran komunikasi politik yang digunakan, serta dampaknya terhadap masyarakat.

Permasalahan Penelitian

Munculnya baliho Puan Maharani yang masif di seluruh wilayah Indonesia telah mengundang perhatian dan menjejali ruang-ruang publik masyarakat. Peletakkannya pun bervariasi, mulai dari yang dipajang secara legal di tempat yang sudah disediakan, titik strategis hingga dipasang pada tiang-tiang listrik dan pepohonan. Hal ini sontak menjadi topik hangat di tengah masyarakat. Bahkan tidak sedikit akun-akun media sosial bercentang biru ikut memposting potret tersebut dengan caption yang beragam mulai dari kritik, sindiran, bahkan menjadi objek canda yang mengundang tanggapan masyarakat.

Di akun media sosial Twitter, sejumlah pengguna Twitter menggunakan tagar #balihombakpuan untuk memberi komentar terkait fenomena tersebut. Diantaranya menyampaikan tanggapan yang unik dan bernada guyonan, seperti akun Kocak@Oky49497672 yang mengatakan: “Sekarang gak perlu gugel map kalo mau bepergian. Cukup liat ada baliho Puan Maharani aja gak akan tersesat kok #balihombakpuan. Selain itu, Eko Kuntadhi yang dijuluki sebagai buzzer istana juga turut memberi komentar bersifat sindiran dengan mengatakan bahwa baliho Puan Maharani lebih mudah dicari ketimbang mencari rezeki di tengah PPKM. Fenomena Puan Maharani tentu mendorong penulis tertarik untuk menganalisis strategi komunikasi politik PDI-P menuju Pemilu 2024 di masa Pandemi Covid-19.

Kajian Teoritik

Political Communication in Civil Society.

Partisipasi publik dan keterlibatannya penting untuk mewujudkan demokrasi yang sehat dan memberi legitimasi pada pemerintah. Partisipasi publik dapat meruntuhkan pemerintahan pemerintahan yang sewenang-wenang yang mendorong negara pada krisis. Demokrasi yang sehat akan mendorong individu terlibat dalam peristiwa publik di berbagai level. Oleh karena itu, institusi politik dan media harus dapat mempromosikan/memperlihatkan partisipasi yang besar (Davis, 2019: 110). Pemimpin negara sebagai pemegang kekuasaan yang akan menentukan arah politik. Kemakmuran suatu negara tidak ditentukan oleh kondisi geografis, budaya, bahkan kecerdasan pemimpinnya, namun ditentukan oleh tujuan/arah politik pemimpinnya. Politik menentukan hukum yang berlaku, lembaga-lembaga ekonomi yang terbentuk, kebebasan masyarakat, dan apapun yang terjadi pada suatu negara. Singkatnya, politik merupakan kunci kemakmuran suatu negara (Acemoglu and Robinson, 2012).

Menurut Inglehart, kegagalan masyarakat dalam mewujudkan demokrasi disebabkan oleh ketidakpedulian dan ekspektasi yang berlebihan namun tidak beralasan. Kebanyakan masyarakat berpartisipasi tanpa komitmen yang kuat dan tindakan yang aktual. Putnam mengatakan, masyarakat di zaman modern menjadi lebih terisolasi dan individual dari biasanya seperti yang terjadi di Amerika dan Italia dimana orang-orang lebih memilih untuk sendiri daripada bergabung dengan orang lain. Modernisasi, suburbanisasi, dan hiburan elektronik berkontribusi besar dalam membuat seseorang sibuk melakukan urusannya sendiri dan kehilangan modal sosial/interaksi sosialnya sehingga tidak berinteraksi dalam institusi politik nasional.

Partisipasi Politik Alternatif.

Bentuk partisipasi seperti ini disebut sebagai bentuk partisipasi politik alternatif oleh Aeron Davis. Menurutnya, pertama, media baru telah menawarkan banyak banyak peluang baru bagi

masyarakat secara keseluruhan untuk terlibat lebih langsung dengan partai politik dan pemerintah. Dampak partisipasi alternatif ini sejak beberapa tahun lalu sudah mulai terlihat, mulai dari lembaga-lembaga negara yang telah mulai menyediakan informasi rinci tentang proses parlementer terhadap publik. Mereka mengelola konsultasi publik *online* dan memfasilitasi petisi elektronik. Partai sekarang dapat berkonsultasi lebih banyak dengan anggota biasa, mengumpulkan dana, menyebarkan berita dan informasi politik alternatif, dan mengatur kegiatan lokal. Kedua, ekologi digital baru dapat meningkatkan partisipasi melalui bentuk-bentuk alternatif organisasi dan jaringan politik. Dengan demikian, kelompok kepentingan seperti organisasi lingkungan dapat terlibat dalam politik dan pembentukan kebijakan pemerintah.

Pengaruh media kumulatif dapat mengubah cara seseorang berhubungan dengan masyarakat dan urusan politik. Secara lebih umum, teori Noelle Neumann "*spiral of silence*" menjelaskan bahwa individu takut terisolasi dalam pendapat mereka dan keluar dari langkah dengan ide-ide dominan dan nilai dalam masyarakat. Akibatnya, individu-individu memiliki kecenderungan untuk menganut pandangan yang berlaku yang mereka lihat berulang kali di media. Teori media malaise mendalilkan, bahwa liputan televisi kritis menurunkan kepercayaan publik dalam politik dan mendorong ketidakpuasan secara umum. Adapun menurut Mc Combs dan Shaw dalam teori agenda setting atau framing berpendapat bahwa efek utama media bukanlah memberi tahu orang "apa yang dipikirkan" tetapi memberitahu orang "apa yang harus mereka pikirkan".

Karya mereka menunjukkan korelasi yang kuat antara topik berita yang sering diinput dan isu-isu yang dianggap "paling penting" oleh orang-orang. Jika media memilih untuk meliput lebih banyak berita tentang kejahatan, imigrasi atau terorisme, maka orang berpikir bahwa itu adalah masalah politik prioritas. Salah satu konsekuensi yang jelas dari hal ini adalah bahwa politisi dan partai yang mempromosikan agenda populis tertentu mendapatkan lebih banyak publisitas. Sebagian besar liputan berita utama Donald Trump selama pemilihan pendahuluan dan periode pemilihan 2016, meskipun umumnya negatif, tetap menjadi sorotan publik padanya. Dia memperoleh liputan yang jauh lebih banyak dibanding saingannya dari Partai Republik. Jadi, negatif atau tidak, orang banyak berpikir tentang Donald Trump.

Orang-orang memilih untuk mengikuti teman, jaringan, media, situs web, dan cerita yang mereka setuju sambil menghindari yang mereka tidak setuju. Publik tidak kalah tertariknya dengan politik, berita, dan urusan publik. Mereka hanya merasa ditinggalkan oleh lembaga-lembaga dan cara politik tradisional di pusat mereka. Semakin pusat-pusat politik profesional berjuang dengan kompleksitas kebijakan, kekuatan global yang kuat, dan kemarahan pemilih, mereka semakin memblokir diri mereka sendiri. Media dan komunikasi tetap menjadi pusat politik bahkan ketika ekologi media berita terus berubah dan individu menjadi lebih paham media dan aktif. Bagaimana dan mengapa efek media beroperasi juga dapat berubah tetapi terus memberikan pengaruh.

Peran Media Online Sebagai Bentuk Partisipasi Politik Alternatif Masyarakat

Opini Publik melalui media. Menurut Aeron Davis, terdapat beberapa karakteristik untuk mempengaruhi opini publik melalui media. Pertama, mereka yang menjadi pusat kekuasaan dalam politik, bisnis, dan media, masih mengonsumsi berbagai media warisan dan mengaitkannya dalam politik sehari-hari. Agenda dan bingkai yang dimediasi tetap sangat berpengaruh pada tingkat ini. Meskipun para politisi skeptis terhadap media, mereka masih percaya bahwa media itu sangat berpengaruh. Kedua, media berita, dalam segala bentuknya, masih menjadi jalan utama publik dan bidang kebijakan yang beragam. Penjelasan teori sosialisasi dan ekonomi untuk pola pemungutan suara sekarang agak kurang masuk akal. Jika pemilih lebih *mobile* dan semakin banyak, kehilangan

keberpihakan politik dan kelas (ras) alami mereka maka sosialisasi tampaknya tidak lagi menjelaskan pola pemungutan suara. Ketiga, masih ada tingkat tumpang tindih yang tinggi antara semua jenis media berita. Semua memilih untuk meliput dan mengomentari peristiwa dan cerita besar, seperti pemilihan umum, bencana, skandal publik, acara olahraga besar, dan sebagainya. Situs berita alternatif, aggregator, penyebar, sangat bergantung secara simbiosis dan homogen pada operasi berita warisan untuk konten inti. Mereka mungkin menawarkan pendapat dan penekanan yang berbeda, tetapi area topiknya sangat mirip dalam hal agenda berita. Keempat, dalam lingkungan berita jaringan digital baru, penguatan partisan telah menjadi efek yang semakin kuat. Tanda-tandanya adalah pembentukan opini yang terpolarisasi antara buruh.

Aeron Davis menjelaskan pentingnya peran media online sebagai bentuk partisipasi politik alternatif masyarakat dalam mewujudkan demokrasi di zaman modern. Potensi media cyber untuk membentuk kembali demokrasi melalui konsep demokrasi deliberasi. Pemikir yang dipandang paling berjasa mengembangkan dan mempopulerkan model demokrasi deliberatif adalah Jürgen Habermas, seorang filsuf kritis generasi kedua dari Mazhab Frankfurt (Frankfurter Schule), Jerman. Model demokrasi deliberatif juga dikembangkan oleh Ulrich Beck dan Anthony Giddens dalam teori-teori sosialnya tentang masyarakat modern. Singkatnya jika Habermas memberi landasan filosofis bagi gagasan model demokrasi deliberatif, sedangkan Ulrich Beck dan Anthony Giddens memberi dukungan teori sosial terhadap model tersebut (<https://bogorkota.bawaslu.go.id/>).

Model demokrasi deliberatif ini merupakan titik awal proses demokrasi berada di luar lembaga-lembaga formal sistem politik dan terletak di wilayah publik yang lebih bersifat informal yang berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan berbagai organisasi dan asosiasi yang membentuk masyarakat sipil. Model ini memandang bahwa setiap kebijakan publik harus diuji terlebih dahulu melalui konsultasi publik atau lewat diskursus publik dengan keberadaan “ruang publik” (public sphere). Habermas ingin membuka ruang yang lebih lebar bagi masyarakat dalam proses pembentukan kebijakan publik (Habermas, 1984).

Konsep “ruang publik” yang dimaksud Habermas bukan sekedar ketersediaan forum untuk mendiskusikan setiap kebijakan publik. Habermas memandang keberadaan ruang publik dengan menyatakan bahwa ruang publik bukan hanya tempat melainkan sebuah kondisi yang memungkinkan konstituen untuk selalu berperan sebagai pengeras suara (sounding board) dalam menyuarakan kepentingan publik untuk pembuatan kebijakan publik. Ruang publik yang dapat menunjukkan diskursus antara konstituen dan wakilnya yang berujung pada kebijakan publik yang benar-benar berpihak pada kepentingan publik. Disinilah pandangan Aeron Davis tentang bentuk partisipasi politik alternatif mengambil peran (Hardirman, 2009).

Strategi Komunikasi Politik

Penelitian ini fokus untuk menganalisis strategi komunikasi politik PDI-P menjelang Pemilu 2024 di masa pandemi Covid-19. Strategi komunikasi tersebut akan dianalisis menggunakan landasan teori Aeron Davis dalam buku Political Communication tentang bentuk partisipasi politik alternatif yang mendorong keterlibatan masyarakat secara inklusif dalam mewujudkan demokrasi deliberatif. Aeron menjelaskan pentingnya partisipasi publik dan keterlibatannya untuk mewujudkan demokrasi yang sehat dan memberi legitimasi pada pemerintah yang berdasar pada pemikiran Habermas tentang demokrasi deliberatif. Menurut Aeron, demokrasi cenderung menghasilkan lingkaran partisipasi yang baik dan lingkaran setan. Dengan kata lain, beberapa kelompok terus didorong untuk terlibat dalam politik formal sementara yang lain tidak atau dibatasi. Adanya konsep partisipasi politik alternatif yang berorientasi pada penggunaan media

online digital, dapat membuka partisipasi masyarakat yang lebih inklusif tanpa adanya pembatasan pada kelompok tertentu.

Peran Partai Politik dan Pentingnya Politik

Selain itu, sebagai tambahan, penulis juga menggunakan teori tentang peran partai politik dan pentingnya politik dalam mewujudkan kesejahteraan rakyat dari buku berjudul “Why Nation Fail”. Sebagai pilar demokrasi, maka partai politik memiliki kewajiban untuk mendorong partisipasi politik masyarakat. Melalui komunikasi politiknya, partai politik dapat mempengaruhi opini publik untuk mendorong partisipasi politik alternatif di masa pandemi seperti saat ini. Kedua teori tersebut digunakan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi politik PDI-P, apakah telah sejalan dengan teori Aeron Davis, dan kemana seharusnya arah strategi komunikasi politik PDI-P agar dapat mewujudkan demokrasi deliberatif.

Kedua teori tersebut kemudian diuraikan ke dalam satu variabel yaitu variabel strategi komunikasi politik PDI-P di masa pandemi Covid-19 menuju Pemilu 2024, yang terdiri atas dua indikator yaitu indikator arah/tujuan komunikasi politik dan saluran komunikasi politik. Variabel tersebut akan dikaji, kemudian penulis akan menggunakan indikator-indikator untuk menguji apakah strategi komunikasi politik PDI-P menjelang Pemilu 2024 sesuai dengan teori Aeron Davis dalam buku *Political Communication* dan teori dalam *Why Nations Fail* atau sebaliknya. Adapun bagan kerangka konseptual tersebut, sebagai berikut:

Definisi operasional yang penulis gunakan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

- a. Partai politik adalah sekelompok orang-orang memiliki ideologi yang sama, berniat berebut kekuasaan dan mempertahankan kekuasaan dengan tujuan untuk memperjuangkan kebenaran, dalam satu level tingkat negara (Inu dan Ashari, 2005).
- b. Pemilu adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat yang dilaksanakan secara langsung, umum bebas, rahasia, jujur dan adil berdasarkan Pancasila dan UUD NRI 1945 memilih Presiden dan/atau Wakil Presiden, anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Dewan Perwakilan Rakyat Provinsi dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten/Kota dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- c. Pandemi COVID-19 merupakan sebuah virus yang bermula di Wuhan, Tiongkok tanggal 31 Desember 2019 yang tersebar dengan cepat dan meluas di Indonesia pada tanggal 2 Maret 2020 sehingga ditetapkan sebagai bencana non alam yang menyebabkan kedaruratan kesehatan masyarakat. Virus ini menyebabkan keterbatasan pergerakan masyarakat.
- d. Komunikasi politik menurut Jack Plano dkk dalam Kamus Analisa adalah penyebaran aksi, makna, atau pesan yang bersangkutan dengan fungsi suatu sistem politik, melibatkan unsur-unsur komunikasi seperti komunikator, pesan, dan lainnya (Plano, 1989). Adapun pengertian strategi komunikasi politik ialah arah dan tujuan komunikasi politik.
- e. Partisipasi politik alternatif menurut Aeron Davis ialah bentuk partisipasi politik masyarakat yang berkembang di zaman modern yang berorientasi pada metode-metode modern seperti penggunaan media digital online secara inklusif dan dengan bergabung dalam kelompok kepentingan dalam rangka melibatkan seluruh masyarakat dalam pembentukan kebijakan publik.
- f. Arah komunikasi politik ialah tujuan penyebaran aksi, makna, atau pesan politik yang disampaikan oleh komunikator politik.
- g. Saluran komunikasi politik ialah wadah atau alat yang digunakan dalam penyebaran aksi dan pesan politik untuk membentuk opini publik.

- h. Opini publik, seperti didefinisikan Hennessy merupakan suatu kompleksitas pilihan-pilihan yang dinyatakan oleh banyak orang berkaitan dengan sesuatu isu yang dipandang penting oleh umum (Hennessy, 1975).
- i. Demokrasi deliberasi oleh Habermas didefinisikan sebagai model demokrasi yang melahirkan aturan hukum yang legitimasinya bersumber dari kualitas prosedur deliberasi, bukan saja dalam lembaga-lembaga formal negara (seperti parlemen), tapi juga yang terpenting dalam masyarakat secara keseluruhan. Artinya, keputusan-keputusan politik hanya bisa diterima dan mengikat semua anggota masyarakat jika ia merupakan produk dari sebuah proses dialog yang berawal di wilayah dengan level paling rendah, yang bergerak menuju parlemen melalui prosedur-prosedur demokratik dan konstitusional.

Metodologi Penelitian

Subjek dalam penelitian ini ialah seluruh komponen PDI-P mulai dari dewan pembina hingga pengurus dan anggota partai politik pada tingkat daerah paling rendah. Selain itu, termasuk pula di dalamnya kelompok kepentingan dan masyarakat umum yang berpartisipasi dalam mewujudkan demokrasi. Adapun objek dalam penelitian ialah strategi komunikasi politik PDI-P yang meliputi arah komunikasi politik dan saluran yang digunakan.

Kemudian terkait dengan cara dalam melaporkan data penelitian, maka paradigma ini melakukannya dengan cara menggunakan bahasa aksi dan menggunakan teknik “konsultan” yang menunjukkan tindakan praktis apa yang mesti dilakukan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu pendekatan yang berupaya untuk menghimpun, mengolah, dan menganalisa data secara detail dan mendalam. Peneliti mengamati subjek dan objek penelitian berdasarkan kenyataan yang ada di lapangan yaitu baliho Puan Maharani yang disebar secara langsung berusaha mencari makna yang terkandung di dalamnya melalui telaah terhadap tanggapan publik dan penjelasan PDI-P untuk mengetahui strategi komunikasi politiknya. Kemudian hasil penelitian tersebut disajikan secara deskriptif.

Adapun lokasi penelitian adalah di tempat-tempat baliho Puan dipasang yang dapat dijangkau oleh peneliti dan berselancar dalam internet. Penelitian akan diakhiri sampai pada pencapaian “data jenuh” sesuai aspek kedalaman penelitian yang menjadi syarat kecukupan penelitian. Hal ini tentu terkait dengan proses bimbingan dan persetujuan kecukupan secara ilmiah. Subjek dan objek diamati mulai dari tanggal 31 Maret 2020 ketika Presiden Joko Widodo menetapkan Pandemi Covid-19 sebagai kedaruratan kesehatan masyarakat dan bencana non-alam. Terselenggaranya Pilkada 2020 menunjukkan kesadaran politik masyarakat mengenai betapa pentingnya regenerasi kepemimpinan dalam keberlangsungan kehidupan bernegara. Meski proses penyelenggaraan tahapannya belum dimulai, namun munculnya banyak nama seperti Ganjar Pranowo, Puan Maharani, Ridwan Kamil, Anies Baswedan, Sandiaga Uno, Tri Rismaharini, Prabowo Subianto, serta Agus Harimurti Yudhoyono menandakan bahwa nuansa kontestasi begitu kental. Apalagi, setelah pemerintah menyatakan sikap politiknya untuk tidak melakukan revisi Undang-Undang Pemilu dan Pilkada, persiapan politik bisa dilakukan jauh sebelum memasuki tahap pencalonan. Sebagai partai pemenang dua kali berturut-turut pada Pemilu 2014 dan 2019, PDI-P terlihat seperti dua sisi mata uang.

Di satu sisi, PDI-P pastinya memiliki tekanan yang lebih besar untuk memenangkan Pemilu 2024 namun disisi lain PDI-P harus berhati-hati dalam menyusun strategi komunikasi politiknya mengingat sebagai partai paling berkuasa saat ini, PDI-P harus memiliki pengaruh yang lebih besar dalam membangun opini publik. Bambang mengatakan, pemasangan baliho tersebut sebagai

bentuk kebanggaan bahwa Puan merupakan perempuan pertama yang menjadi Ketua DPR-RI. Namun, hal yang membuat heran ialah mengapa baliho tidak dipasang sejak dahulu setelah Puan dinyatakan resmi menjadi Ketua DPR-RI malah dimasifkan setelah survey bakal calon Plipres pilihan rakyat dipublikasikan. Berdasarkan hasil survey, elektabilitas Puan memang cenderung rendah dibandingkan dengan nama lain yang masuk bursa Calon Presiden. Bahkan, dalam survei yang dilakukan oleh Saiful Mujani Research and Consulting (SMRC) pada 21-28 Mei 2021 lalu, nama Puan sama sekali tidak masuk dalam kandidat calon Presiden (<https://saifulmujani.com/>).

Hingga hari ini, PDI-P sendiri terlihat sudah mulai melakukan komunikasi politik menuju Pemilu 2024. Bermula pada sekitar Juli 2021 PDI-P telah memasang poster/baliho secara masif yang tersebar di seluruh kab/kota yang memperlihatkan gambar Puan Maharani dan lambang kebanggaan PDI P yaitu kepala banteng hitam dengan tajuk “Kepak Sayap Kebhinekaan”. baliho/billboard dipasang oleh anggota Fraksi PDI-P DPR-RI di daerah pemilihan (dapil) masing-masing dan beberapa dapil dimana PDI-P tidak memiliki kursi DPR-RI, akan dipasang oleh DPD dan anggota fraksi setempat. Misalnya, di Sumbar I, Sumbar II, Aceh I, Aceh II, Gorontalo, dan NTB II dipasang oleh DPD dan fraksi PDI-P setempat (<https://regional.kompas.com>).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Terhadap Gambar Puan Maharani

Baliho memperlihatkan Puan Maharani menggunakan baju berwarna merah yang merupakan warna sakral yang menjadi identitas kebanggaan PDI-P. Bagi PDI-P, merah merupakan perlambangan dari cinta, kasih sayang, ketulusan, dan keberanian. Dalam perspektif psikolog, warna merah menandakan kemarahan dan dominasi. Sedangkan dalam konteks ilmiah, warna merah adalah salah satu warna yang kuat, artinya warna yang dengan mudah dan cepat ditangkap oleh mata manusia. Tidak hanya baju yang berwarna merah, latar baliho tersebut juga didominasi oleh warna merah sehingga terlihat arah komunikasi politik PDI-P ingin menunjukkan ketulusan dan keberanian mereka kepada masyarakat. Selain itu, ini juga mengisyaratkan tanggapan PDI-P terhadap hasil survey SMRC yang menyatakan Puan kurang elektabilitas. Penggunaan warna merah mengisyaratkan kemarahan PDI-P dan aksi unjuk diri bahwa pihak lawan harus menyadari bahwa PDI-P adalah partai yang dominan dan memegang kekuasaan saat ini sehingga tidak boleh diremehkan.

Pada gambar terlihat Puan menggunakan sanggul Jawa yang sangat jarang ia gunakan dan berpose dengan senyum yang santun. Di tengah fenomena era distrupsi informasi seperti saat ini, pose santun Puan Maharani terlihat mengisyaratkan agar masyarakat tetap bertindak santun dalam menggunakan media online.

Analisis Makna “Kepak Sayap Kebhinekaan”

Mengenai makna yang terkandung dalam tajuk “Kepak Sayap Kebhinekaan”, Bambang Wuryanto mengatakan bahwa kepak sayap diartikan sebagai burung, lebih lanjut ia menjelaskan “burung yang terbang pasti ada kerja sama sayap kiri dan kanan, kepaknya berirama. Seandainya Burung Garuda, di sana ada Bhinneka Tunggal Ika. Kebhinekaan maknanya persatuan. Kita terdiri dari berbagai suku bangsa, bagaimana kebhinnekaan hidup dengan kerja sama”. Jika dianalisis secara ilmiah, Kebhinekaan sendiri adalah warisan entitas yang telah melahirkan nilai-nilai luhur

dari leluhur masyarakat nusantara, yang kini bernama Indonesia.

Pemilu sendiri merupakan momentum yang acap kali mengundang perpecahan dan pertengkaran antar kelompok masyarakat. Hal ini diperparah dengan penyelenggaraannya di tengah Pandemi Covid-19. Merujuk pada konsepsi mengenai kebhinekaan tersebut di atas dengan berbagai tantangan dan celah kerawanan yang bisa menjadi ancaman, sangat relevan manakala dalam konteks kekinian seorang aktor dan komunikator politik seperti Ketua DPR Puan Maharani menjadikan kebhinekaan sebagai narasi utama dalam pesan komunikasi politiknya.

Baliho politik bergambar Puan Maharani dengan tagline “Kepak Sayap Kebhinekaan” perlu disikapi secara positif, agar masalah kebhinekaan menjadi diskursus di ruang publik (public sphere). Dengan menjadikan ruang publik sebagai diskursus politik yang mendidik, ada ruang bagi khalayak untuk memberikan umpan balik soal pesan kebhinekaan agar tidak berhenti sebatas slogan. Bukankah juga terlalu sempit jika menjadikan pesan kebhinekaan sebagai polemik electoral politics? Maka, tampaknya akan jauh lebih konstruktif dan substantif menjadikan baliho “Kepak Sayap Kebhinekaan” yang sudah masuk public sphere untuk memaknai dan meresapi kembali implementasi nilai dasar kebhinekaan dalam kehidupan bermasyarakat dan kebijakan-kebijakan penyelenggara pemerintahan. Maka, umpan balik (feedback) dari pesan komunikasi itu harusnya diarahkan untuk menggugat praktik politik dan pengelolaan pemerintahan yang intoleran dan mengabaikan prinsip kebhinekaan. Sejatinya, pluralisme bukan suatu kelemahan namun dapat menjadi kekuatan yang besar. Pluralisme menciptakan lingkaran berbudi luhur yang mengarah pada pembentukan partai-partai yang lebih bervariasi sehingga distribusi pendapat lebih setara, memberdayakan segmen masyarakat yang lebih luas, dan membuat lapangan bermain politik lebih meningkat (Acemoglu and Robinson, 2012). Secara historis, pluralisme justru menjadi faktor penting munculnya lembaga-lembaga politik yang benar-benar demokratis di Inggris. Analisis diatas menunjukkan bahwa baliho Puan Maharani tidak selamanya mengandung konotasi negatif, namun secara inheren mengandung makna yang sangat mendalam. Terlihat arah politik PDI-P, ingin menyerukan betapa pentingnya persatuan dalam bernegara. Jika dikaitkan dengan Pemilu 2024, terlihat PDI-P berusaha mendorong persatuan masyarakat mewujudkan pemilu demokratis.

Analisis Sarana Komunikasi Politik PDI-P

Terdapat beberapa saluran komunikasi politik yaitu komunikasi massa, komunikasi interpersonal, dan komunikasi organisasi. Adapun berdasarkan hasil pengamatan, menuju Pemilu 2024, PDI-P sendiri baru menggunakan komunikasi interpersonal dan komunikasi organisasi. Pertama, saluran komunikasi interpersonal, yaitu komunikasi antar orang-orang secara tatap muka yang mengkomunikasikan setiap peserta menangkap reaksi orang lain secara langsung baik secara verbal maupun non verbal. Dalam komunikasi interpersonal, PDI-P membangun komunikasi antar setiap komponen baik pengurus maupun anggota PDI-P untuk menyebarluaskan baliho Puan Maharani sehingga dapat tersebar secara masif di seluruh wilayah Indonesia. Alhasil, dalam waktu yang hampir bersamaan baliho Puan Maharani dapat ditemukan di setiap wilayah Indonesia dan menjadi topik hangat di tengah masyarakat yang tentu akan berpengaruh pada elektabilitas Puan

Maharani dan PDI-P.

Kedua, saluran komunikasi organisasi. Sebagai partai besar yang telah lama terbentuk, tidak dapat dipungkiri pengaruh PDI-P sudah sangat luas. Bahkan PDI-P telah memiliki banyak kelompok-kelompok kepentingan dibawah naungannya yang berfungsi untuk membangun narasi positif tentang PDI-P dan segala kebijakannya. Satu diantaranya ialah Baitul Muslimin (BAMUSI). BAMUSI merupakan organisasi yang mengakomodir kalangan Islam dari berbagai golongan yang bergabung dalam PDI-P dengan secara aktif berpartisipasi pada setiap agenda politik PDI-P, terutama dalam memenangkan setiap calon yang diusung oleh PDI-P. Di setiap kegiatan BAMUSI baik kegiatan kerohanian maupun kemasyarakatan, BAMUSI selalu membawa bendera PDI-P agar masyarakat yang sebelumnya memandang negatif PDI-P berubah menjadi positif. Bahkan hilangnya image PDI-P sebagai partai komunias, meningkatnya pemilih PDI-P dari kalangan Islam, serta meningkatnya kesadaran untuk hidup rukun ialah buah kerja keras BAMUSI sebagai organisasi Islam sayap PDI-P.

Dalam konteks perpolitikan di tingkat daerah maupun nasional, peran BAMUSI dalam membentuk karakter dan atmosfer politik sangat dominandan terasa, sehingga ketika program PDI-P oleh banyak kalangan dianggap sekuler dan menjadi titik kelemahan dalam agenda politik PDI-P, kehadiran BAMUSI merupakan perwujudan dari upaya doktrinasi ideologi kepada khalayak melalui pendekatan-pendekatan spiritualistik. Sebagai contoh, dalam persiapannya menuju Pilpres 2019 yang serentak dengan Pileg, BAMUSI membangun citra dan opini masyarakat dengan mendeklarasikan “BAMUSI For Jokowi” dan ikut serta dalam Pileg.

BAMUSI menggunakan strategi defensif, dengan cara mempertahankan segmentasi pemilih yang berasal dari kalangan Nadhliyin dan Muhammadiyah, selain itu BAMUSI berkaca sebagai sayap partai yang memenangkan Pemilu Presiden maupun Legislatif pada tahun 2014. Pada Pemilu 2019, melihat isu sara dan politisasi agama bukanlah ciri khas dari PDI-P. Maka dari itu, BAMUSI merapatkan barisan dan citra nasionalis religius kembali digaungkan. BAMUSI menggunakan beberapa taktik, mulai dari pendekatan ideologi, political branding, serta mengidentifikasi bakal calon, melakukan sosialisasi, komunikasi terhadap masyarakat, sampai menggerakkan kader-kader BAMUSI itu sendiri.

Strategi PDI-P dalam menggunakan saluran komunikasi interpersonal dan komunikasi organisasi telah selaras dengan teori Aeron Davis tentang partisipasi politik alternatif khususnya strategi komunikasi organisasi, menggunakan kelompok kepentingan. Di zaman modern seperti hari ini, dinamika yang berkembang dalam masyarakat membuat partisipasi politik tidak lagi menggunakan metode tradisional bahwa partisipasi dalam membentuk kebijakan dan mengawasi jalannya pemerintahan tidak hanya dapat dilakukan dengan bergabung menjadi anggota partai politik saja. Namun, berbagai metode modern dapat dilakukan yang justru membuka akses bagi seluruh masyarakat tanpa terkecuali untuk berpartisipasi dalam politik negara, salah satunya ialah dengan kelompok kepentingan. Pengaruh kelompok kepentingan melalui proses doktrinasi terbukti lebih efektif dalam mempengaruhi opini publik. Berbagai kelompok kepentingan di seluruh dunia khususnya Amerika telah berhasil membuktikan itu, contohnya kemenangan Obama dalam periode keduanya. Meskipun kondisi ekonomi anjlok namun Obama berhasil membawa isu-

isu ras dan imigrasi dengan membentuk dan mempengaruhi kelompok-kelompok kepentingan untuk menarik perhatian masyarakat.

Kendati demikian, terdapat satu hal penting yang luput dari perhatian PDI-P dalam strategi komunikasi politiknya, yaitu memaksimalkan penggunaan media massa. Media massa adalah saluran-saluran atau cara pengiriman bagi pesan-pesan massa. Media massa merupakan wahana komunikasi yang dapat menembus batas ruang dan waktu. Bahkan Marshall McLuhan mengatakan bahwa media komunikasi modern ini memungkinkan jutaan orang di seluruh dunia untuk dapat berhubungan dengan hampir setiap sudut dunia. Penggunaan komunikasi massa sangat menguntungkan partai politik karena komunikasi mempunyai fungsi persuasif. Persuasi bisa datang dalam berbagai bentuk; pertama, mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan, atau nilai seseorang; kedua, mengubah sikap, kepercayaan, atau nilai seseorang; ketiga, menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu; dan keempat, memperkenalkan etika, atau menawarkan sistem nilai tertentu. Fungsi persuasif dari komunikasi massa tersebut harusnya dicapai oleh PDI-P untuk dapat mengukuhkan dan memperkuat sikap dan pandangan partai agar bisa membangun opini publik dan mengubah sikap masyarakat untuk memahami pesan baliho “Kepak Sayap Kebhinekaan” secara positif.

Menurut Aeron Davis, pengaruh media kumulatif dapat mengubah cara seseorang berhubungan dengan masyarakat dan urusan politik. Orang-orang memilih untuk mengikuti teman, jaringan, media, situs web, dan cerita yang mereka setuju sambil menghindari yang mereka tidak setuju. Publik tidak kalah tertariknya dengan politik, berita, dan urusan publik. Mereka hanya merasa ditinggalkan oleh lembaga-lembaga dan cara politik tradisional di pusat mereka oleh karena itu penggunaan media massa sangat penting untuk mempengaruhi opini publik. Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, teori Noelle Neumann “spiral of silence” mendudukkan bahwa individu takut terisolasi dalam pendapat mereka dan keluar dari langkah dengan ide-ide dominan dan nilai dalam masyarakat. Akibatnya, individu-individu memiliki kecenderungan untuk menganut pandangan yang berlaku yang mereka lihat berulang kali di media. Teori media malaise membuktikan bahwa liputan televisi kritis menurunkan kepercayaan publik dalam politik dan mendorong ketidakpuasan secara umum. Adapun berdasarkan teori Mc Combs dan Shaw, agenda setting atau framing media massa sangat efektif mempengaruhi opini publik.

Aeron Davis menjelaskan beberapa karakteristik untuk mempengaruhi opini publik melalui media. Pertama, mereka yang menjadi pusat kekuasaan dalam politik, bisnis, dan media, masih mengonsumsi berbagai media warisan dan mengaitkannya dalam politik sehari-hari. Kedua, media berita, dalam segala bentuknya, masih menjadi jalan utama publik dan bidang kebijakan yang beragam. Ketiga, dominan media memilih untuk meliput dan mengomentari peristiwa dan cerita besar, seperti pemilihan umum, bencana, skandal publik, acara olahraga besar, dan sebagainya. Situs berita alternatif, aggregator, penyebar, sangat bergantung secara simbiosis dan homogen pada operasi berita warisan untuk konten inti sehingga penggunaan media berita bisa sangat efektif. Keempat, dalam lingkungan berita jaringan digital baru, penguatan partisan telah menjadi efek yang semakin kuat.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka sangat disayangkan PDI-P kurang memaksimalkan penggunaan media massa dalam mempengaruhi opini publik. Hal ini terlihat dari masih banyaknya berita-berita negatif tentang baliho Puan Maharani yang bertebaran di media berita online padahal sangat mudah bagi PDI-P untuk menggerakkan media-media berita besar untuk membangun opini positif tentang tagline “Kepak Sayap Kebhinekaan” demi membentuk opini positif publik. Selain itu, PDI-P masih belum memiliki akun resmi di setiap media sosial sebagai sarana komunikasi politik untuk menampilkan program-program PDI-P padahal pengguna media sosial di Indonesia menjadi salah satu yang terbanyak di dunia. Kendati demikian, meski tidak memiliki akun, di media sosial baliho ini justru menjadi trending topic di Twitter dan Instagram yang diupload oleh akun-akun tidak resmi. Banyak sekali para pengguna, khususnya yang bercentang biru memberikan tanggapan atas potret baliho Paun.

Berdasarkan hasil analisis Drone Emprit, popularitas Puan kini setara dengan popularitas Gubernur Jawa Barat, Ridwan Kamil. "Tren Puan setara dengan tren Ridwan Kamil, setelah dikontrol dengan kampanye baliho. Respons netizen terhadap baliho turut meningkatkan tren Puan," kata Ismail. Hasil analisis Drone Emprit mengungkapkan, total penyebutan nama Puan Maharani dalam percakapan di semua media pada Sabtu (7/8/2021) hampir mencapai 5.000 kali. Capaian tersebut juga sempat diperoleh Ridwan Kamil pada 12 Juli 2021 yang sama-sama hampir 5.000 kali penyebutan (<https://nasional.kompas.com/>). Jika saja, PDI-P lebih memaksimalkan penggunaan saluran komunikasi media, maka niscaya dampaknya akan lebih signifikan.

Di sisi lain, di tengah komentar masyarakat baik bersifat positif maupun negatif, PDI-P terlihat tenang membiarkan opini masyarakat terbangun. Hal ini merupakan sesuatu yang baik sebab idelanya memang lembaga politik inklusif harus memungkinkan media yang bebas berkembang, dengan begitu akan mencegah lahirnya pemimpin yang otoriter/lalim. Secara historis, jika dikaitkan dengan teori dalam buku “Why Nations Fail” terbukti media memainkan peran yang sama pentingnya dalam memberdayakan populasi pada umumnya dan dalam kelanjutan lingkaran pembangunan kelembagaan yang berbudi luhur di Amerika Serikat setelah Inggris berhenti menyensor media setelah 1688.

Analisis Arah Politik PDI-P dalam Pemilu dan Pembentukan Opini Publik

Berdasarkan analisis sebelumnya, tagline “Kepak Sayap Kebhinekaan” mengartikan persatuan dan gotong-royong sehingga dapat disimpulkan bahwa arah politik PDI-P bukan sekedar memenangkan Pemilu 2024 namun memiliki tujuan yang lebih mendalam yaitu untuk mendorong persatuan bangsa berpartisipasi menyukseskan Pemilu 2024. Secara umum arah dan tujuan komunikasi politik PDI-P tersebut telah sesuai dengan teori Aeron Davis bahwa PDI-P menyadari pentingnya partisipasi publik dalam mewujudkan demokrasi deliberasi.

PDI-P menyadari bahwa Pemilu 2024 memiliki tantangan yang lebih sulit sehingga PDI-P berusaha menjalankan fungsi partai politik berdasarkan Pasal 1 ayat (1) UU No. 2 Tahun 2008 tentang Partai Politik yang mendudukan bahwa salah satu fungsi dan tujuan partai politik ialah untuk memelihara keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia, tentunya melalui komunikasi politik. Hal ini juga menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik yang diambil PDI-P

berdasarkan nilai dan etika, bukan menghalalkan segala cara dengan mengabaikan aspek moralitas, norma, hukum, dan rasionalitas publik.

Kesimpulan

Dalam menghadapi Pemilu 2024, PDI-P menggunakan strategi komunikasi politik yang bercorak persatuan dan gotong-royong baik untuk menyaingi lawan politik maupun membentuk opini publik di masa Pandemi Covid-19. Melalui penyebaran baliho Puan Maharani secara masif dengan tajuk “Kepak Sayap Kebhinekaan” menjelang Pemilu 2024 menunjukkan 2 (dua arah politik) PDI-P. Pertama, PDI-P akan mendorong Puan Maharani dalam Pemilihan Presiden 2024. Kedua, PDI-P melihat banyak fenomena perpecahan dalam masyarakat di era distrupsi yang semakin meningkat di masa Pandemi Covid-19 sehingga berusaha membangun opini publik untuk bersatu berpartisipasi mewujudkan Pemilu 2024 yang demokratis.

Adapun saluran komunikasi politik yang digunakan oleh PDI-P ialah saluran komunikasi interpersonal dan saluran komunikasi organisasi. Dalam saluran komunikasi interpersonal, PDI-P memberdayakan setiap anggota partai di berbagai tingkat daerah untuk memasang dan menyebarkan baliho Puan Maharani di seluruh wilayah Indonesia. Sedangkan melalui saluran komunikasi organisasi, PDI-P menggunakan kelompok kepentingan seperti BAMUSI untuk membangun narasi positif di masyarakat terhadap setiap program dan kebijakan yang diambil PDI-P. Penggunaan kedua saluran komunikasi ini terbukti berdampak signifikan menaikkan elektabilitas Puan Maharani yang pada awalnya bahkan tidak masuk dalam daftar calon Presiden yang diharapkan rakyat. Kendati demikian, PDI-P kurang maksimal menggunakan saluran komunikasi media baik media berita maupun media sosial dalam komunikasi politiknya. Padahal, dampaknya akan sangat lebih signifikan jika PDI-P memanfaatkan saluran media online untuk membentuk opini publik.

Daftar Pustaka

- Aeron Davis. 2019. *Political Communication: a New Introduction For Crisis Time*. Polity Press. Cambridge.
- Astrid S. Susanto. 1985. *Komunikasi Sosial di Indonesia*. Bina Cipta. Bandung.
- Bernard Hennessy. 1975. *Essentia of Public Opinion*. Duxbury Press. Massachusetts.
- Dahl Robert. 1985. *Analisis Politik Modern*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Dan Nimmo. 2007. *Political Communication and Publik Opinion in America (Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media)*. Terjemahan Tjun Surjaman. Remaja Rosda Karya. Bandung.
- Daron Acemoglu and James A. Robinson, 2012. *Why Nations Fail, Crown Business*. New York: McGrawHill.
- F. Budi Hardirman. 2009. *Demokrasi Deliberatif: Menimbang Negara Hukum dan Ruang Publik Dalam Teori Diskursus Jurgen Habermas*. Kanisius, Yogyakarta.
- Hafidz Cangara. 2011. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Rajawali Press. Jakarta
- Jack C. Plano. 1989. *Kamus Analisa Politik*. Rajawali. Jakarta.
- Jurgen Habermas. 1984. *Theory of Communicative Action*. Beacon. Boston.
- Maswadi Rauf dan Mappa Nasrun. 1993. *Indonesia dan Komunikasi Politik*. PT. Gramedia. Jakarta
- Miriam Budiardjo. 2008. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Gramedia. Jakarta.
- Ramlan Surbakti. 1992. *Memahami Ilmu Politik*. PT. Grasindo. Jakarta.

-
- Rochayat Harun dan Sumarno. 2006. *Komunikasi Politik Sebagai Suatu Pengantar*. Mandar Maju. Bandung.
- Syahrial Syahbaini, dkk. 2002. *Sosiologi dan Politik*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Syarif Kencana Inu dan Ashari. 2005. *Sistem Politik Indonesia*. PT. Refika Aditama.
- Zulkarimein Nasution. 1990. *Komunikasi Politik: Suatu Pengantar*. Ghalia Indonesia. Jakarta.