

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Di Indonesia, media telah berkembang secara signifikan dan biasanya berkinerja lebih baik. media standar di Indonesia misalnya media TV, media cetak dan elektronik, ada tambahan media non standar misalnya facebook, instagram, youtube dan twitter. Media nonstandar digunakan sebagai bentuk demokrasi di Indonesia sebagai penyebar berita politik partai di Indonesia. Media *mainstream* dan *non-mainstream* adalah contoh media yang cenderung diabaikan demi kepentingan media *Mainstream*, Media arus utama harus berbicara kebenaran. “Jika ada informasi yang dapat diverifikasi oleh media arus utama untuk memverifikasi keakuratan berita, ini adalah salah satu yang dikembangkan partai dengan memverifikasi keakuratan berita di arus utama media“ Terlepas dari masalah legislasi yang dihindari media.

Informasi penggunaan web di Indonesia dapat dipahami dalam studi yang diarahkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), APJII tumbuh sebesar 10,12% pada tahun 2018 dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Secara keseluruhan, Akses data APJII mencapai 171,17 juta klien dari populasi 264,16 juta.<sup>1</sup>

**Tabel 1.1 Persentase orang Indonesia yang menggunakan internet pada tahun 2018**

Daerah	Persentase
Jawa	55 persen
Sumatra	21 Persen
Sulawesi-Maluku-Papua	10 Persen
Kalimantan	9 Persen
Nusa Tenggara-Bali	5 persen

Sumber: Data APJII 2018

Wilayah sekitar Jawa memiliki tingkat penggunaan internet tertinggi pada tahun 2018, yaitu sebesar 55%, sesuai tabel di atas, sedangkan wilayah Pulau Bali-Nusa Tenggara memiliki tingkat penggunaan internet terendah, yaitu sebesar 5%. Ini menjelaskan mengapa tidak ada cukup sumber informasi yang harus digunakan semua orang. Masyarakat Indonesia khususnya menggunakan internet untuk mendapatkan informasi apapun, termasuk berita politik.

Dalam perpolitikan Indonesia, partai politik harus dapat memanfaatkan pemanfaatan aktual yang ada di media arus utama dan non arus utama karena dengan penyebarannya, partai politik dapat terus dikenal oleh masyarakat secara keseluruhan,

---

<sup>1</sup> Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2019, *Survei APJII Penetrasi Internet Indonesia 2018, Edisi 40 - Mei 2019*, Diakses dari <https://apjii.or.id/content/read/104/418/BULETIN-APJII-EDISI-40---Mei-2019>, Pada Tanggal 20 Februari 2020

dan konten yang disajikan partai politik juga harus didukung. atau umumnya dikenal dengan Produk Politik. Sebagai sarana mempromosikan identitas partai politik menggunakan media sosial untuk menyebarkan program kerja dan promosi diri dengan membuat narasi yang dikenal dengan Narasi Citra Partai.

Selain itu, partai politik menggunakan media sosial untuk mendistribusikan konten yang berpotensi menjadi produk politik. Isinya meliputi sarana komunikasi antara pihak dengan pengguna media sosial. Secara khusus, untuk membangun citra politik partai, partai politik atau kandidat terkait biasanya melakukan promosi mereka selama atau menjelang musim pemilu, ketika kelompok ideologis yang terkait satu sama lain atau Aktor politik lainnya terlibat dalam promosi yang gigih.

Fakta bahwa Media digunakan oleh partai politik, untuk mempromosikan dirinya bukanlah satu-satunya alasan mengapa mereka melakukannya. Hal itu mereka lakukan karena mereka percaya itu adalah cara yang paling efektif dan efisien untuk menyebarkan informasi ke populasi keseluruhan dan membantu partai Politisi menciptakan citra yang ingin mereka proyeksikan.

Media sosial adalah salah satu pers non-mapan yang paling banyak digunakan orang umum, dan media arus utama dan media konvensional di sini tidak terlewatkan oleh partai politik, seperti televisi, radio, dan surat kabar, tipikal media yang disukai partai politik.

Sementara membahas isu-isu Pemerintahan, maknanya tidak akan sama dengan isu-isu pemerintahan yang sering kita alami terhadap sisi hiburan virtual yang kita baca, namun pentingnya isu-isu Pemerintahan itu sendiri dalam sebuah bingkai adalah upaya terorganisir yang dilakukan secara konsisten. sehingga menarik orang lain. dalam hal ini mengubah cara pandang, perilaku, sikap, dan dukungan dalam rangka membangun pencitraan politik.<sup>2</sup>

Partai Gerindra adalah salah satu kelompok ideologi Indonesia manifestonya menunjukkan identitas partai yang menjunjung tinggi karakter dan ideologi nasionalis dan kerakyatan di setiap periode pemilu di Indonesia.<sup>3</sup> Pembentukan Partai Gerindra mendesak karena diumumkan pada 6 Februari 2008, mendekati batas waktu pencalonan dan masa kampanye pemilihan umum.

Partai ini akan menggunakan saluran komunikasi yang sejalan dengan tujuan para pihak untuk menentukan arah pergerakannya dan peluang yang dimilikinya setidaknya untuk menjaga kepercayaan banyak orang. Seperti yang disampaikan oleh Wakil Ketua Umum Partai Gerindra dan DPP, Fadli Zon, “Hiburan virtual ialah pilihan paling sederhana untuk berdiskusi langsung dengan orang pada umumnya” “Kami berharap para pengelola daerah dapat menyebarkan informasi yang bermanfaat.” ke daerah setempat melalui hiburan online yang dapat berinteraksi

---

<sup>2</sup> Lamhir Syam Sinaga, 2018, Membangun Citra Politik Itu Penting, Diakses dari <https://reportaserakyat.com/opini/membangun-citra-politik-itu-penting/>, Pada Tanggal 20 Februari 2020 pukul 15.24

<sup>3</sup> Partai Gerindra, 2020, Sejarah Partai Gerindra, Diakses dari <http://partaigerindra.or.id/sejarah-partai-gerindra>, Pada Tanggal 20 Februari 2020 pukul 17.00



langsung dengan daerah setempat” masyarakat melalui koordinasi lembaga komunikasi ini. Wakil Ketua DPR itu menyatakan, "sehingga proses check and balances publik dan politisi menjadi lebih sederhana."<sup>4</sup>

Hasil yang diperjuangkan Partai Gerindra tidak membuahkan hasil yang buruk. Ia juga berhasil menjadi kelompok ideologis yang menempati posisi kedua menyusul PDIP yang memperoleh suara 27.053.961 atau 19,33% dalam kontestasi keputusan politik 2019 dengan partai di bawahnya, seperti Gerindra (12,57%), Nasdem, PKB, dan Golkar merupakan sisanya 9,05 persen. Karena itu, Gerindra tetap mengikuti PDIP dalam hal perolehan suara parpolnya sendiri.

Penulis juga harus membedah suara Gerindra yang seringkali tidak sedikit dan belum mampu untuk tetap berbeda dari PDIP yang selalu menang dalam pertarungan politik kelompok ideologisnya 5 tahun. Apakah ada perbedaan gaya hiburan virtual di partai Gerindra dan PDIP untuk situasi ini dengan memahami bagaimana gambaran politik dari masing-masing kelompok ideologis tersebut.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Mencermati landasan di atas memaknai Partai Gerindra yang menggunakan pers tradisional untuk situasi ini, misalnya Media TV, Media Cetak dan media elektronik lainnya dan dalam pers yang tidak mapan, misalnya Facebook, Twitter, Youtube, Instagram di sini Demikian juga dapat dipahami bagaimana tugas Partai Gerindra

---

<sup>4</sup> Yeremia Sukoyo, 2016, Hadapi Pemilu 2019 Gerindra Perkuat Fungsi Badan Komunikasi, Pada Tanggal 1 Februari 2020 pukul 08.34

dalam menggunakan medium media dan sejauh mana penyesuaiannya. Biasanya, siklus saat ini menghasilkan konten yang berkaitan dengan perbaikan dan strategi partai yang akan diumumkan dikemudian hari, yang disebut Secara alami item politik dari Item Politik yang ada, itu juga menghasilkan Gambaran Partai. Hasil ini didapat dari cerita-cerita politik yang membantu konten yang ada agar masyarakat umum memahami alasan dan data yang disampaikan di media yang signifikan.

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana Proses Komunikasi Politik Partai Gerindra?
2. Bagaimana Komunikasi Politik Partai Gerindra di Media Massa dalam Membentuk Citra Partai?
3. Bagaimana Proses Pencitraan Partai Gerindra dalam Merespon Isu-isu Aktual dan Kaitan dengan Fungsi Partai Politik?

### **1.4 Tujuan & Manfaat**

Adapun tujuan & manfaat dari penelitian yang peneliti lakukan yaitu:

#### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mendeskripsikan Proses Komunikasi Politik Partai Gerindra
2. Untuk mendeskripsikan Komunikasi Politik Partai Gerindra di Media Massa dalam Membentuk Citra Partai
3. Untuk mendeskripsikan Proses Pencitraan Partai Gerindra dalam Merespon Isu-isu Aktual dan Kaitan dengan Fungsi Partai Politik

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

#### **1. Secara Teoritis**

Dengan mengkaji sebagai ilmu sosial, penelitian ini berkontribusi pada dinamika politik citra partai Gerindra dan fungsi partai politik di media terkait. Dalam kaitannya dengan Sosiologi, penelitian ini berkaitan dengan Sosiologi Politik karena berisi juga tentang partai politik yang menjalankan fungsinya sehingga masyarakat bisa merasakan keberadaan partai politik.

penelitian ini juga berisi kaitannya dengan Sosiologi Komunikasi di Media Massa, karena komunikasi politik yang dijalankan oleh partai politik Bersama kader nya, sejalan dengan studi yang diharapkan sesuai dengan sosiologi komunikasi. Diharapkan juga studi ini akan secara signifikan meningkatkan pemahaman kita tentang sosiologi politik dan sosiologi komunikasi.

#### **2. Secara Praktis**

Temuan studi ini diharapkan dapat menjadi dasar kajian sosiologis terhadap isu-isu yang terkait dengan citra politik Partai Gerindra dan menjelaskan kebangkitan media massa bertema politik. Partai terus memegang peranan penting dalam masyarakat Indonesia.

### **1.5 Tinjauan Sejenis Penelitian**

Membantu penulis dalam mengutip sumber yang berkaitan dengan penelitian. Kajian Sebagai sarana menghindari kemudahan dan plagiarisme dari penelitian

sebelumnya, hal ini juga diantisipasi sebagai pembanding. Ada beberapa gambaran serupa yang penulis dapatkan:

Pertama, artikel Berliani Ardha menjelaskan tentang peran signifikan aktor politik dalam partai politiknya melalui media sosial. Hiburan berbasis web memiliki kemampuan untuk memengaruhi masyarakat hanya pada perspektif ramah, untuk menjadi asosiasi dan kerja sama tertentu. Penulis menggambarkan partai politik sebagai aktor yang harus selalu mengupdate semua urusannya agar proses yang mereka lalui melalui hiburan online bahkan meningkatkan elektabilitas partai politik. Fenomena yang dilakukan partai politik juga tidak semata-mata ditujukan untuk meraih popularitas.<sup>5</sup>

Sistem demokrasi atau yang dilakukan di Indonesia, khususnya Keputusan Politik, merupakan salah satu siklus terakhir. Menurut Ari-Matti Auvinen Pusat Studi Eropa: Media Sosial: Kekuatan Baru Pengaruh Politik Versi 1.0, diskusi dengan penilaian pelopor, mitra atau berbagai hubungan langsung dapat menciptakan citra positif atau negatif di mata pemilih. Hal ini dibuktikan dengan keterpilihan partai politik. Ketika aktor politik menguasai media komunikasi publik, mereka memiliki peluang untuk memenangkan kontes politik, salah satunya melalui media sosial.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup>Berliani Ardha, 2014, *SOCIAL MEDIA SEBAGAI MEDIA KAMPANYE PARTAI POLITIK 2014 DI INDONESIA*, *Jurnal Visi Komunikasi*, Volume 3 Nomor 01, Mei 2014, hlm 106, di akses pada hari Selasa, 2 Juli 2019 pukul 19.42 WIB

<sup>6</sup>*Ibid.*, hlm. 106



Sejauh mana parpol, khususnya memanfaatkan media sosial untuk kampanye mereka diperdebatkan di tengah isu tersebut. Melalui perwakilan politiknya, partai politik memanfaatkan berbagai platform media sosial yang sudah ada, memaksimalkan kapasitasnya untuk mengumpulkan informasi dan situasi posisi melalui komunikasi dua arah yang luas. Penggunaan hiburan online Sesuai Seppälä (2011), Penggunaan konten buatan pengguna dan kemampuan beradaptasi yang dapat digunakan untuk membagikannya adalah dua perubahan paling signifikan dalam cara kami berkomunikasi.<sup>7</sup>

Selain itu, tinjauan pustaka dan metode penelitian kualitatif yang digunakan dalam makalah ini didukung oleh kajian teoritis. Proses politik Indonesia juga sedang dilakukan. Data popularitas parpol di media sosial juga dibahas oleh penulis makalah ini, dan diketahui bahwa banyak kepala negara bahkan menggunakan media sosial untuk membantu mempublikasikan semua urusan mereka, termasuk kebijakan dan rutinitas sehari-hari. Gerindra 19,67%, Nasdem 13,68%, PKS 12,97%, PDIP 12,12%, Golkar 11,45%, Hanura 10,17%, PPP 9,84%, dan Demokrat 9,65%, khususnya yang semuanya lebih atau kurang mendekati 10% dan diatas 10% menandakan eksistensi partai politik di media sosial juga sangat tinggi. Alhasil, peluang dan keinginan partai politik melalui politik aktor mereka menggunakan media karena mereka dapat memperoleh simpati publik.

---

<sup>7</sup> *Loc. cit.* hlm.109.

Menurut ciri-cirinya (1) Politik dan media tidak dapat dipisahkan, dan media telah berkembang menjadi sarana bagi masyarakat untuk memahami politik, yang sangat penting bagi masyarakat; (2) mendorong elektabilitas aktor politik sehingga aktor politik harus memanfaatkan media, artikel ini juga menemukan bahwa mendapatkan kepercayaan publik terhadap pemimpin politik partai politik yang berpartisipasi dalam kontes sebagian besar bergantung pada media. 3) Ada bukti bahwa kelompok ideologi mempengaruhi ketenaran mereka di media. 4) Aktor politik menggunakan fasilitas media dalam waktu yang cukup lama, tidak hanya selama lima tahun tetapi untuk waktu yang lama karena masyarakat menghargai keberadaan partai politik sebagai metode untuk mempengaruhi masyarakat. 5) Melalui apresiasi publik atas kinerja mereka dan dampak implisit langsung maupun sebaliknya, politik yang dibahas di sini lebih menekankan pada fungsi pendukung dan pencitraan politik dan media. (6) media adalah cara untuk lebih terlibat dalam menangkap strategi dan menilai semua yang dilakukan oleh kelompok ideologis yang gigih dan terpercaya.

Agar media tetap menjadi keputusan utama bagi penantang politik dengan tujuan akhir mencapai fokus pada misi politik, serta memiliki akses dinamis karena daya adaptasi media dan daya adaptasi terhadap perubahan zaman. Semua sistem fundamental dalam masalah media dan legislatif akan berjalan dikembangkan untuk menjadi lebih baik lagi di masa mendatang.

Kesimpulan yang diperoleh disini adalah bahwa media merupakan fasilitas yang memerlukan perencanaan yang matang, serta berbagai program yang didukung oleh tujuan semua kelompok. Media juga harus berfungsi sebagai alat.

Kedua, yang disusun oleh Atie Rachmiatie dengan jurnal tentang Budaya Transparansi dan Strategi Komunikasi Partai Politik ini menguraikan belum optimalnya atau ketidakmampuan partai politik untuk memastikan keterbukaan penuh mengenai manajemen partai politik dikelola. Hal ini pada dasarnya juga masuk akal secara sosiologis dan strategis. Ketertutupan partai politik terhadap publik berarti terjadi aliran “politik uang” bagi kader-kader di partai politik tersebut. Ideologi partai yang rendah tidak merinci.<sup>8</sup> Masih banyak parpol yang enggan memberikan transparansi terkait keuangan, alokasi, dan kebutuhannya. Tercatat, hanya segelintir partai politik yang menginginkan partainya transparan. Jika Anda melihat slogan-slogan yang digunakan partai politik di Indonesia, Anda akan melihat bahwa mereka mendukung transparansi dan memerangi korupsi. Namun, ada juga pihak yang tidak menggunakan briner dengan cara ini; sebaliknya, mereka menyerukan untuk menolak keputusan publik.<sup>9</sup>

Permasalahan jurnal ini adalah masih sedikitnya keterusterangan yang dilakukan oleh kelompok ideologis kepada publik dengan alasan kelompok ideologis tersebut belum siap untuk membuat setiap strateginya lugas, membuat visibilitas umum para

---

<sup>8</sup> Atie Rachmiatie, 2013, Strategi Komunikasi Politik dan Budaya Transparansi Partai Politik Vol 29 No 2, desember 2013, hlm 123-124, di akses pada hari senin, 22 juli 2019 pukul 14.25 WIB

<sup>9</sup> *Ibid.*, hlm 124

penghibur amatiran dalam kelompok ideologis. Partai politik enggan transparan dalam kebijakan karena menyadari persoalan di tengah maupun di kabupaten-kabupaten. Akibatnya, masalah ini menjadi semakin rumit.

Data primer untuk makalah ini dikumpulkan melalui Wawancara Terpandu, wawancara mendalam, dan retrospektif sebagai bagian dari proyek penelitian kualitatif yang menggunakan teknik analitis deskriptif. Data penulis menjadi ukuran budaya politik dan kemajuan data publik, serta ada perkembangan antara informasi penting dan tambahan yang diciptakan oleh karya ini.

Percakapan dalam artikel Selanjutnya adalah budaya politik, yaitu diartikan sebagai korespondensi Budaya adalah memiliki makna yang luas dan mendalam, dan dalam masyarakat itu, budaya tidak dapat diciptakan tanpa korespondensi. Dibandingkan dengan budaya politik itu sendiri, yaitu bagaimana orang berpikir dan berperilaku terhadap sistem politik berdasarkan peran mereka.<sup>10</sup> Beralih ke strategi komunikasi politik berarti bahwa strategi adalah sikap yang mengacu pada unsur atau bagian dari konteks yang sudah ada untuk mencapai keberhasilan yang spesifik dan efektif, pelaksanaan sampai tujuan tercapai. Jika kelompok ideologi serius tentang bagaimana mereka mengelola unit dan apa yang mereka gunakan secara finansial, maka sistem korespondensi politik juga sesuai dengan tujuannya, yaitu mengedukasi masyarakat tentang politik dan kepentingan publik terlebih dahulu.

---

<sup>10</sup> *Loc.cit.* hlm 125



Dalam jurnal ini juga ditemukan bahwa budaya politik dan metodologi korespondensi politik harus tetap berhubungan erat di belakang upaya otoritas publik untuk mengungkapkan individu pada dasarnya sadar bahwa masalah pemerintahan itu penting, kelompok ideologis juga harus tahu bahwa keterusterangan dalam hal pelaksanaan, strategi dan dana harus diarahkan dan populasi umum juga berpendapat bahwa yang harus menjadi situasi. Untuk menjamin transparansi, strategi komunikasi politik harus memiliki ciri-ciri sebagai berikut: 1) Populasi umum harus memperoleh data yang memadai untuk mengembangkan proses berbasis suara yang ada; dengan komunikasi yang berhasil, penyajian informasi berbasis konten dapat meyakinkan masyarakat umum tentang hal ini 2) Masyarakat harus dapat mengikuti dan mempelajari tindakan pemerintah secara wajar; dengan masyarakat Agar publik dapat memperbaiki prosedur demokrasi yang ada, informasi yang cukup harus diperoleh; dengan komunikasi yang berhasil 3) Pegawai pemerintah bahkan kader di partai politik harus bertanggung jawab atas tindakannya dan bersedia memberikan penjelasan khusus kepada publik.

Kesimpulan makalah ini adalah budaya politik saat ini umumnya masih rapuh. Alhasil, publik harus menilai dari semua itu karena dinamika politik perkembangan informasi juga dinamis. Namun, kelompok ideologis yang ada saat ini tidak hanya kekurangan dalam hal keterusterangan, beberapa sudah mulai menunjukkan keterusterangan ini, karena data apa pun yang perlu diketahui orang pada umumnya

karena pemerintahan mayoritas harus dikoordinasikan tanpa menutup realitas dan informasi.

Ketiga, Jurnal yang di tulis oleh siska Sasmita ini berisikan Peran Informasi Politik Terhadap Partisipasi Pemilih Pemula Dalam Pemilu/Pemilukada, keberadaan pemilu pemula ini juga di indikasi bahwa semakin berkembangnya politik di Indonesia semakin berkembangnya pola pikir pemilihnya, tetapi pada umumnya pemilih pemula ini belum merasakan pendidikan politik yang dilakukan oleh pemerintah maupun partai politik yang secara dasarnya kader-kadernya menjadi aktor untuk menyampaikan pengaruh dalam segala informasi kepada pemilih.<sup>11</sup> Bukan dengan pendidikan politik melainkan politik uang ini dilakukan oleh aktor politik yang ada di partai politik, ini juga mengindikasi bahwa golput juga akan semakin meningkat karena pemilih pemula belum modal untuk siapa yang akan mereka pilih pengetahuan serta informasi yang mereka dapat cenderung kurang karena pendidikan politik dan juga penyebaran informasi yang kurang memadai. Pendidikan politik harus digantungkan dalam berbagai institusi dan juga lewat penyebaran terhadap media massa, sesama teman, orang tua hingga guru yang ada disekolah pun menjadi sangat penting karena bila dilakukan sejak dini bisa menimbulkan kesan baik bagi pemilih pemula nantinya.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Siska Sasmita, 2011, *PERAN INFORMASI POLITIK TERHADAP PARTISIPASI PEMILIH PEMULA DALAM PEMILU/PEMILUKADA* Volume 2 Nomor 01, Januari-juni 2011, hlm 218, di akses pada hari sabtu, 2 juli 2019 pukul 13.54 WIB

<sup>12</sup> *Ibid*, hlm 218

Permasalahan yang ada pada tulisan ini yakni, belum banyak nya yang dilakukan oleh pemilih pemula dalam menentukan sikapnya dalam pemilu/pemilukada karena penyampaian pendidikan politik yang dilakukan oleh pemerintah dan partai politik masih cukup kurang untuk dirasakan oleh pemilu pemula, maka dari itu harus adanya pendidikan politik yang dirasakan langsung oleh pemilih pemula sehingga pengetahuan politik pemilih pemula menjadi baik. Pemilih pemula masih cenderung irrasional dalam memilih dalam pemilu/pemilukada

Tulisan ini juga di kuatkan dengan studi pustaka yang dilakukan oleh penulis lewat buku-buku yang dikutip dan didukung juga oleh fakta-fakta tentang pemilu/pemilukada yang menggambarkan pada tulisan yang dibuat oleh penulis. Studi pustaka yan ada ini juga di jelaskan secara rinci juga oleh penulis lewat narasi – narasi pendukung untuk menguatkan tulis ini sehingga pembaca dapat mengerti dari studi pustaka serta narasi yang di tulis oleh penulis.

Pembahasan yang di tuliskan oleh penulis disini yakni partisipasi pemilih pemula dalam pemilu/pemilukada dan juga menjadikan pemilih pemula ini lebih mengetahui siapa yang akan mereka pilih dengan pendidikan politik tentunya, karena selain pendidikan politik yang sangat diperlukan oleh pemilih pemula, adanya media massa yang mendukung dari proses politik tersebut dengan kegunaan dari media yang bisa

membentuk opini publik membangun sikap dan tindakan bagi masyarakat untuk mengenal dan mengetahui aktor politik yang akan mereka pilih nantinya.<sup>13</sup>

Partisipasi yang dilakukan oleh pemilih pemula menjadi sangat penting karena pemilih pemula ini yang akan menjadi sasaran aktor-aktor politik yang berkontestasi di pemilu/pemilukada, faktor partai politik yang membawa suasana pemuda tidak kaku dan tidak monoton itu yang membuat pemilih pemula cenderung tertarik dengan apa yang akan mereka pilih nantinya. Media dan pendidikan politik bisa membuat partisipasi yang dilakukan oleh pemilih pemula menjadi semakin tinggi bila 2 ciri itu berjalan beriringan.

Pada jurnal ini juga ditemukan bahwa peran partisipasi yang dilakukan oleh pemilih pemula menjadi cenderung tinggi dikarenakan (1) Informasi politik menjadi sebuah gagasan serta pernyataan yang memiliki arti dan nilai dari penyampaian informasinya dikemas lewat konteks politik (2) media massa menjadi sarana penyebaran informasi politik yang efektif sebagai faktor pendorong juga untuk terjadi perubahan arah politik secara cepat dan signifikan (3) pemilih pemula terlibat aktif dalam mobilisasi yang dilakukan oleh aktor politik untuk sekiranya pemilih pemula ini ikut dalam kampanye salah satu paslon (4) pemilih pemula juga masih cenderung belum stabil dalam menentukan sikap politiknya, cenderung mengikuti sekitarnya memilih siapa dan mengikuti lingkungan sekitarnya (5) partai politik harus menarik dalam menyampaikan gagasannya karena peran pemilih pemula sangat tinggi bilamana

---

<sup>13</sup> *Loc. cit*, hlm. 218



partai politik bisa kemas informasi politik atau citra mereka di media lebih dekat isu pemuda dan pemilih pemula.

Kesimpulan pemilih pemula yang memiliki informasi yang cukup dan cenderung banyak, mengakibatkan mereka juga ikut ambil andil cukup banyak dalam partisipasi politik di Indonesia. Peran media massa serta keluarga pun menjadi titik berat juga untuk meningkatkan semangat pemilih pemula aktif dalam politik di Indonesia ikut kampanye serta memilih secara rasional, maka dari itu pendidikan politik menjadi sangat perlu dibalik media massa yang cukup berimbang, pendidikan politik harus ditekankan sehingga proses yang dilalui oleh pemilih pemula untuk memilih salah satu pilihannya akan terus berkembang dan semakin baik lagi.

Keempat, catatan harian Judith Moeller dan Claes de Vreese berjudul *Differential work of media as expert sosialisasi politik di Eropa*, bisa dikaitkan dengan perilaku intrik dampak media yang tidak dianggap sebagai kekuatan di luar urusan pemerintahan. sendiri namun pemanfaatan media sebagai perspektif dan cara berperilaku yang akan diambil masyarakat untuk memutuskan masalah pemerintahannya. Eksplorasi ini juga berkaitan dengan pemanfaatan media oleh orang dewasa muda dalam mengevaluasi konsekuensi yang diharapkan untuk masalah pemerintahan sendiri dan cek pandangan dan perilaku apa yang diterima secara umum oleh masyarakat dan dipengaruhi oleh media. Ini juga berfokus pada

menyembunyikan efek penggunaan media pada populasi, mengelola pola pikir dan perilaku, serta menambah kecenderungan lokal dan filosofis dari pertemuan terkait.<sup>14</sup>

Jurnal ini juga menjumpai isu mengenai dua mekanisme di mana media mempengaruhi sikap dan perilaku politik: pertama, media mengisi sebagai sumber utama data politik tentang peristiwa politik baru lalu dikonsumsi oleh keseluruhan populasi, dan lebih jauh lagi, kapasitas media sebagai metode untuk mencapai sinisme politik yang luas. Kedua mekanisme ini telah diidentifikasi sebagai kontribusi terhadap isu-isu jurnal.<sup>15</sup> Karena media merupakan salah satu sarana sosialisasi yang efektif untuk mencapai pemahaman politik di masyarakat, maka media menjadi tolak ukur terpenting dari kedua mekanisme kausal tersebut untuk melihat sejauh mana media dapat mengembangkan informasi politiknya tanpa terkecuali.

Meskipun sejumlah kecil ahli berdampak pada perkembangan politik, pembahasan dalam buku harian ini membahas peran media dan sosialisasi politik dalam perkembangan tersebut., khususnya ahli media mengingat hipotesis sosialisasi politik bahwa mentalitas politik dibentuk sejak masa remaja dan pemuda. hanya sebagian muda ketika mereka berusia 18 tahun (Huntemann dan Morgan, 2001). Penelitian tentang dampak media juga menunjukkan bahwa perkembangan mentalitas politik pasti lebih baik sejak pubertas. Paparan media juga telah menunjukkan secara

---

<sup>14</sup> Judith Moeller and Claes de Vreese, 2013, The differential role of the media as an agent of political socialization in Europe, Vol. 28, No. 3, hlm 309-325, akses hari Senin, 23 Juli 2019 pukul 21.26 WIB

<sup>15</sup> *Ibid.*, Hlm. 312

langsung bahwa hal itu mendukung mentalitas sebelumnya. Hal ini karena pembeli media akan sangat sering memilih sumber yang umumnya dapat diprediksi dengan sumbernya. Sebaliknya, Sebagian besar studi empiris di bidang penelitian efek media berfokus pada bagaimana sikap politik orang dewasa dipengaruhi oleh media, umumnya dimiliki untuk mengembangkan preferensi politik mereka dengan cepat. Studi ini, berbeda dengan studi ini, melihat bagaimana media mempengaruhi remaja.

Jurnal ini juga melacak efek lanjutan dari buku harian eksplorasi, khususnya ketersediaan media dan sosialisasi politik yang harus terlihat dalam dampak pengalihan dan berita, dan juga telah ditunjukkan oleh pemeriksaan sebelumnya, yang terkait dengan dampak tumpahan umum dari data publik dan paparan berita yang telah ditampilkan untuk menambah informasi. isu-isu pemerintahan dan - dalam jangka panjang sistem berbasis suara Untuk dukungan orang dewasa muda Media dan sosialisasi politik menunjukkan konsekuensi dari penemuan penelitian dalam Jurnal ini khususnya kehadiran.

Kemampuan media untuk memobilisasi dan mendemobilisasi orang bergantung pada konten yang dibagikan kepada orang lain. Karena ketidakpercayaan publik terhadap politik yang dihadirkan oleh media semakin besar, akibatnya keterlibatan publik dalam politik turun. Akibatnya, paparan yang baik juga menghasilkan politik efektif yang akan dialami publik.

Kesimpulan jurnal tentang partisipasi pemuda. Kepentingan politik juga ditampilkan secara tegas mempengaruhi keterbukaan terhadap data politik. karena orang-orang yang tertarik pada isu-isu pemerintahan juga harus luar biasa tentang isu-isu legislatif saat ini sejauh mana kemajuannya. Orang juga bisa berargumen bahwa media, keluarga, sekolah, teman sebaya, dan Semua aspek politik global berkontribusi pada pertumbuhan politik kepentingan.

Kelima, Jurnal ini ditulis oleh Martian I ovan, Ph. D yang berjudul The Political Culture Politicial Socialization And Acculturation. Secara harfiahnya tulisan yang ada pada jurnal ini akan membahas tentang budaya politik sehingga menjadi sosialisasi politik lewat akulturasi dimasyarakat. Dalam hal ini kebijakan politik secara langsung dapat menjadi kebutuhan politik dari sebuah lembaga Negara juga seperti (pemerintah,kementerian, direktorat, agensi, dewan, kepresidenan, otoritas publik setempat, dll) kebijakan politik inipun pasti diadakan karena adanya budaya politik untuk memecahkan masalah di masyarakat.<sup>16</sup>

Budaya politik secara sistematis harus dijalankan oleh institusi Negara yang berasimilasi juga lewat institusi akademik seperti univertas lewat fakultas terkait, studi pasca sarjana, dan kepada masyarakat secara bertahap, Yang terakhir didorong oleh partai, kelompok kepentingan, kelompok penekan, media massa<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Martian Iovan, Ph. D, 2015, The Political Culture Politicial Socialization And Acculturation, Volume 16, hlm 27-28, di akses pada hari senin, 22 juli 2019 pukul 17.25 WIB

<sup>17</sup> *Ibid.* hlm 27



Permasalahan yang ada dituliskan pada jurnal ini yakni tentang bagaimana budaya politik yang dibangun oleh institusi Negara dan dorong juga oleh partai politik, kelompok kepentingan hingga media massa sehingga masyarakat merasakan dampak dari sosialisasi yang ada lewat akultuasi politik yang tepat. Sosialisasi dari zaman ke zaman banyak memiliki prosesnya seperti dalam perspektif psikologi, sosiologi hingga sosiologi khusus seperti sosiologi penyimpangan, kulturologi, teori kognitif, dan interaksi simbolik. Pada pedoman ilmu yang dapat menjalankan fungsinya secara masing-masing dalam menjalankan sosialisasi dalam akulturasi politik.

Tulisan pada jurnal ini memakai pendekatan kualitatif serta studi pustaka didukung juga oleh teori-teori terkait seperti teori sosialisasi serta tindakan sosial. Dijurnal inipun juga dijelaskan secara rinci tentang bagaimana keterhubungan teori/konsep yang ada dengan realitas yang terjadi di masyarakat.

Pembahasan yang ada dituliskan ini menitik beratkan sosialisasi politik yang ada yakni dari sosialisasi diartikan sebagai produk yang dinamis dan terbuka, dan setiap individu pasti memerlukan adanya sosialisasi karena individu ataupun masyarakat terkait tidak bisa merubah dirinya secara mekanis tetapi lebih ke bertahap dan cenderung dinamis. Secara sosialisasi politik adalah sebuah aspek dari keseluruhan proses sosialisasi individu yang mengasimilasi budaya masyarakat, juga memiliki kekhususan di antara proses sosialisasi yang ada dapat membuat ketrampilan-ketrampilan yang ada pada masyarakat secara berbeda dan memiliki kualitasnya sebagai warga negara, dari kualitas inilah akan memungkinkannya untuk membuat

perbedaan antara masyarakat sipil dan masyarakat politik, dalam memahami dan mengevaluasi fakta politik, untuk membuat pilihan politik dan berpartisipasi dalam menyelesaikan urusan politik, menurut status dan peran masing-masing.<sup>18</sup>

Pada jurnal ini ditemukan juga bahwa sosialisasi politik dilakukan sejak dini (keluarga, taman kanak-kanak, kelompok umur, media massa ,lingkaran teman, Gereja dll.) bahwa juga sosialisasi politik sebagian bertepatan dengan pendidikan politik dalam arti yang lebih luas(diberikan oleh keluarga, sekolah, universitas, media massa , faktor pendidikan lainnya), tetapi memiliki ruang lingkup yang lebih luas dengan kontribusinya, serta yang dari lembaga lain (politik, ekonomi, yuridis, organisasi keagamaan, dll.)<sup>19</sup>

Kesimpulan yang ada pada tulisan dalam jurnal ini menitik beratkan pada substansi pendidikan politik seragam sosialisasi seragam antara lapisan masyarakat, untuk menyamakan persepsi mereka dalam berbudaya politik itu sendiri. Dan juga dengan adanya sosialisasi politik secara bertahap dan benar bisa juga ditingkatkan pengetahuan yang akan dirasakan oleh individu sehingga pengembangan kapasitas mereka juga tetap terjaga.


---

<sup>18</sup> *Loc. cit.* Hlm. 42

<sup>19</sup> *Loc. Cit.* Hlm. 44

**Tabel 1.2 Penelitian Sejenis**

No.	Judul	Fokus Penelitian	Metode Penelitian	Temuan	Analisis	
					Persamaan	Perbedaan
1.	Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 di Indonesia	Artikel Berliani Ardha ini memaknai makna pura-pura penting para penghibur politik yang mereka bantu dalam kelompok ideologisnya melalui hiburan berbasis web. Hiburan berbasis web memiliki kemampuan untuk memengaruhi masyarakat hanya pada perspektif ramah, untuk menjadi asosiasi dan kerja sama tertentu. Penulis menggambarkan partai politik sebagai aktor yang	Metode penelitian kualitatif, Studi Pustaka	(1)Penulis menemukan bahwa politik dan media tidak dapat dipisahkan karena politik akan berdampak langsung pada masyarakat dan media adalah media yang paling efektif untuk semua ini. 2) tugas media sangat penting karena dapat dimanfaatkan dengan baik untuk tujuan mendukung elektabilitas para pendatang baru yang bersaing dalam isu-isu pemerintahan dunia.	menggunakan strategi pemanfaatan media sosial dan membahas partisipasi dalam sosialisasi kampanye partai politik.	Misi politik diselesaikan melalui hiburan online dan media TV sebagai pendukung

		<p>harus selalu mengupdate semua urusannya agar Terlebih lagi, proses yang mereka lalui di media sosial membuat partai politik mereka lebih terpilih.<sup>20</sup> Fenomena yang dilakukan partai politik juga tidak semata-mata ditujukan untuk meraih popularitas. Sistem demokrasi atau yang dilakukan di Indonesia, khususnya Keputusan Politik, merupakan salah satu siklus terakhir. Menurut Ari-Matti Auvinen Pusat Studi</p>		<p>(3) menunjukkan penggunaan media sosial yang meluas oleh partai politik. 4) untuk pejabat pemerintah yang secara efektif terlibat dengan hiburan berbasis web, meskipun mereka seharusnya bekerja pada dasarnya sekali seperti jarum jam, namun kesempatan dan andal, ini dapat menggambarkan pembuat undang-undang yang stabil dan dapat digambarkan oleh hasil yang mereka hasilkan.</p>		
--	--	--	---	---	--	--

<sup>20</sup> Berliani Ardha, 2014, *SOCIAL MEDIA SEBAGAI MEDIA KAMPANYE PARTAI POLITIK 2014 DI INDONESIA*, *Jurnal Visi Komunikasi*, Volume 3 Nomor 01, mei 2014, hlm 106, di akses pada hari selasa, 2 juli 2019 pukul 19.42 WIB

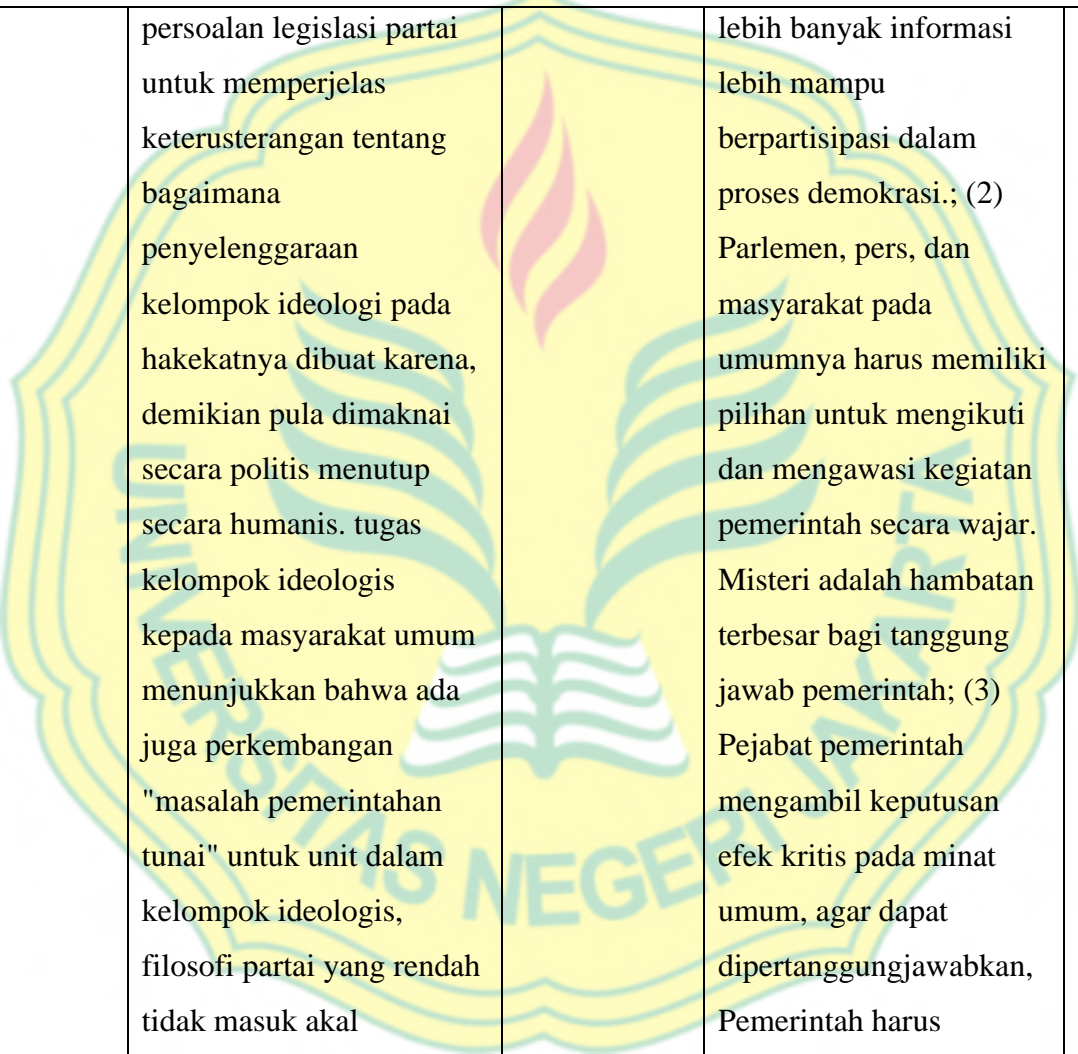


		<p>Eropa: Media Sosial: Kekuatan Baru Pengaruh Politik Versi 1.0, percakapan dengan para pemimpin opini, kolega, atau semua jenis kerabat dekat dapat menciptakan citra positif atau negatif di mata pemilih. Hal ini dibuktikan dengan keterpilihan partai politik. Ketika aktor politik menguasai media komunikasi publik, mereka memiliki peluang untuk memenangkan kontes politik, salah</p>		<p>masuk dalam keputusan politik nanti. (5) Politik yang digambarkan di media menjelma menjadi politik nyata yang dapat berdampak pada banyak orang—tidak hanya melalui pencitraan, tetapi juga melalui partisipasi masyarakat dalam diskusi tentang isu-isu terkait dan mencari solusi atas isu-isu tersebut. 6) Tidak hanya kelompok tertentu yang menggunakan media untuk kepentingan mereka sendiri, tetapi</p>		
--	--	--	---	---	--	--

		satunya melalui media sosial. <sup>21</sup>		juga merupakan alat informasi yang jelas yang dapat digunakan untuk setidaknya mengevaluasi efektivitas kebijakan dan tindakan nyata pemerintah.		
2.	Strategi Komunikasi Politik dan Budaya Transparansi Partai Politik	Atie Rachmiate menyusun catatan jurnal dengan isi Teknik Korespondensi Politik dan Budaya Keterusterangan Kelompok Ideologi. <sup>22</sup> Berisi tentang belum idealnya atau kegagalan	Penelitian Kualitatif dengan metode deskripsi analitik	Berdasarkan data empiris, temuan penulis mengenai adanya berbagai data yang akan dirasakan oleh masyarakat antara lain sebagai berikut: (1) Publik yang memiliki	Kehadiran misi politik yang dilakukan oleh kelas dunia melengkapi sistem sosialisasi yang meyakinkan	Di media televisi, tidak ada bentuk kampanye yang nyata.

<sup>21</sup> *Loc. Cit.* hlm 106

<sup>22</sup> Atie Rachmiate, 2013, Strategi Komunikasi Politik dan Budaya Transparansi Partai Politik Vol 29 No 2, desember 2013, hlm 123, di akses pada hari senin, 22 juli 2019 pukul 14.25 WIB

		<p>persoalan legislasi partai untuk memperjelas keterusterangan tentang bagaimana penyelenggaraan kelompok ideologi pada hakekatnya dibuat karena, demikian pula dimaknai secara politis menutup secara humanis. tugas kelompok ideologis kepada masyarakat umum menunjukkan bahwa ada juga perkembangan "masalah pemerintahan tunai" untuk unit dalam kelompok ideologis, filosofi partai yang rendah tidak masuk akal</p>		<p>lebih banyak informasi lebih mampu berpartisipasi dalam proses demokrasi.; (2) Parlemen, pers, dan masyarakat pada umumnya harus memiliki pilihan untuk mengikuti dan mengawasi kegiatan pemerintah secara wajar. Misteri adalah hambatan terbesar bagi tanggung jawab pemerintah; (3) Pejabat pemerintah mengambil keputusan efek kritis pada minat umum, agar dapat dipertanggungjawabkan, Pemerintah harus</p>		
--	--	---	---	--	--	--

		<p>perkembangan kerangka kerja di partai secara lugas membuat Lemahnya SDM di parlemen membuat masyarakat semakin curiga terhadap para politisi yang akan memperjuangkan keistimewaannya. Masih banyak parpol yang enggan memberikan transparansi terkait keuangan, alokasi, dan kebutuhannya. Tercatat, hanya segelintir partai politik yang menginginkan partainya transparan. Jika Anda melihat slogan-slogan partai politik</p>	<p>memberikan data yang akurat. tentang apa yang harus dilakukan; (4) Hasil aliran data yang lebih baik</p>		
--	--	---	---	--	--



		Indonesia, Anda akan melihat bahwa mereka mendukung transparansi dan memerangi korupsi. <sup>23</sup>				
--	--	---	--	--	--	--




---

<sup>23</sup> *Ibid.*, Hlm.124

3.	Peran Informasi Politik Terhadap Partisipasi Pemilih Pemula Dalam Pemilu/Pemilukada	Jurnal yang di tulis oleh siska Sasmita ini berisikan Peran Informasi Politik Terhadap Partisipasi Pemilih Pemula Dalam Pemilu/Pemilukada, keberadaan pemilu pemula ini juga di indikasi bahwa semakin berkembangnya politik di Indonesia semakin berkembangnya pola pikir pemilihnya. <sup>24</sup> Tetapi pada umumnya pemilih pemula ini belum merasakan pendidikan politik yang dilakukan oleh pemerintah maupun partai politik yang secara	Studi Pustaka	Hasil penelitian yang penulis temukan yaitu, (1) Informasi politik sebagai keterangan pernyataan, gagasan yang mengandung nilai makna serta pesan yang berisi data serta fakta terkait (2) peran media massa sangat penting dan efektif dalam penyebaran informasi politik (3) Partisipasi yang dilakukan pemilih pemula cenderung lebih aktif dan sigap ke tempat pemeungutan suara (4) cenderung pemilih	Sosialisasi kepada masyarakat untuk memilih benar adanya	Fungsi dari program nya kurang mendetail dan lebih kepada penyebaran informasi saja.
----	---	---	---------------	--	--	--

<sup>24</sup> Siska Sasmita, 2011, *PERAN INFORMASI POLITIK TERHADAP PARTISIPASI PEMILIH PEMULA DALAM PEMILU/PEMILUKADA* Volume 2 Nomor 01, Januari-juni 2011, hlm 218, di akses pada hari sabtu, 2 juli 2019 pukul 13.54 WIB

		<p>dasarnya kader-kadernya menjadi aktor untuk menyampaikan pengaruh dalam segala informasi kepada pemilih. Bukan dengan pendidikan politik melainkan politik uang ini dilakukan oleh aktor politik yang ada di partai politik, ini juga mengindikasi bahwa golput juga akan semakin meningkat karena pemilih pemula belum modal untuk siapa yang akan mereka pilih pengetahuan serta informasi yang mereka dapat cenderung kurang karena pendidikan</p>		<p>pemula masih suka dengan sikap yang dimobilisasi untuk berkampanye atau memilih salah satu pilihannya dalam pemungutan suara dan cenderung aktif mengikuti acaradebat dan aktif juga ikut kampanye salah satu paslon . (5) partai politik harus menarik dalam menyamoaikan susatu gagasan nya terhadap pemilih pemula karena isu tentang pemuda yang dirasakan oleh pemilih pemula sangat membantu</p>		
--	--	--	---	---	--	--

		<p>politik dan juga penyebaran informasi yang kurang memadai. Pendidikan politik harus digantungkan dalam berbagai institusi dan juga lewat penyebaran terhadap media massa, sesama teman, orang tua hingga guru yang ada disekolah pun menjadi sangat penting karena bila dilakukan sejak dini bisa menimbulkan kesan baik bagi pemilih pemula nantinya</p>		<p>dalam eksistensi dari parpol tersebut.</p>		
4.	The differential role of the media	dengan item dalam pekerjaan diferensial	Metode Penelitian	Sosialisasi politik dan media menunjukkan	Sosialisasi kepada	Tidak jelas jenis program



<p>as an agent of political socialization in Europe</p>	<p>media sebagai ahli materi pelajaran sosialisasi politik di Eropa, yang ditulis oleh Judith Moeller dan Claes de Vreese, dapat dikaitkan dengan penelitian tentang sudut pandang dampak media yang tidak dianggap sebagai kekuatan sendiri namun pemanfaatannya media sebagai sikap dan tindakan yang akan digunakan masyarakat untuk mengarahkan politiknya.<sup>25</sup> Eksplorasi ini juga menyangkut pemanfaatan media anak</p>	<p>Kuantitatif dan kualitatif</p>	<p>temuan penelitian jurnal ini, yaitu adanya 1. Konten yang ditransmisikan dari satu individu ke individu lain menentukan efek media terhadap mobilisasi serta demobilisasi peran media dalam politik 2. Keterlibatan media dalam politik menurun seiring dengan menurunnya opini publik terhadap politik publik. publik dalam politik. Akibatnya, politik yang efektif akan dirasakan oleh publik sebagai akibat dari</p>	<p>masyarakat untuk memilih benar adanya</p>	<p>sosialisasi politik mana yang paling efektif</p>
---	--	-----------------------------------	---	--	---

<sup>25</sup> Judith Moeller and Claes de Vreese, 2013, The differential role of the media as an agent of political socialization in Europe, Vol. 28, No. 3, hlm 309-325, akses hari Senin, 23 Juli 2019 pukul 21.26 WIB

		<p>muda bagi orang dewasa dalam menilai kemungkinan dampaknya terhadap persoalan pemerintahan itu sendiri dan lebih jauh lagi melihat pola pikir dan perilaku apa saja yang dipengaruhi oleh media dan dianut secara luas di masyarakat.</p> <p>konsentrat ini juga melihat bagaimana sikap perilaku masyarakat dipengaruhi oleh cara mereka menggunakan media, dengan fokus yang jelas pada keterlibatan warga dan partai politik terkait serta preferensi</p>	<p>paparan yang baik tersebut.</p>		
--	--	---	------------------------------------	--	--

		masyarakat.				
5.	The Political Culture Political Socialization And Acculturation	Jurnal ini ditulis oleh Martian Iovan, Ph. D yang berjudul The Political Culture Political Socialization And Acculturation. Secara harfiahnya tulisan yang ada pada jurnal ini akan membahas tentang budaya politik sehingga menjadi sosialisasi politik lewat akulturasi dimasyarakat. <sup>26</sup> Dalam hal ini kebijakan politik secara langsung dapat menjadi kebutuhan politik dari sebuah lembaga Negara juga	Kualitatif dan studi pustaka	Hasil penelitian tentang budaya politik yang dijadikan sebagai sarana sosialisasi politik kepada masyarakat (1) Sosialisasi Politik ialah aspek keseluruhan dari proses sosialisasi pada masyarakat (2) Sosialisasi Politik membuat pemahaman yang utuh yang akan di rasakan oleh masyarakat sehingga partisipasi politik menjadi nyata (3) adanya proses multiphase atau biasanya disebut	Membahas tentang sosialisasi yang dilakukan oleh elit dimedia massa	Tidak dijelaskan program dari media massa itu sendiri apa

<sup>26</sup> Martian Iovan, Ph. D, 2015, The Political Culture Political Socialization And Acculturation, Volume 16, hlm 27-28, di akses pada hari senin, 22 juli 2019 pukul 17.25 WIB

		<p>seperti (pemerintah, kementerian, direktorat, agensi, dewan, kepresidenan, otoritas publik setempat, dll.) kebijakan politik ini pun pasti diadakan karena adanya budaya politik untuk memecahkan masalah di masyarakat. Budaya politik secara sistematis harus dijalankan oleh institusi Negara yang berasimilasi juga lewat institusi akademik seperti universitas lewat fakultas terkait, studi pasca sarjana, dan kepada masyarakat secara bertahap, Yang</p>		<p>dengan tahapan berespek bertujuan untuk mengembangkan budaya politik Individu untuk mengasimilasi peran mereka dalam berpartisipasi dalam kehidupan politik</p>		
--	--	--	--	--	--	--



		terakhir didorong oleh partai, kelompok kepentingan, kelompok penekan, media massa <sup>27</sup>				
--	--	--	--	--	--	--



---

<sup>27</sup> *Ibid.*, hlm 27

## 1.6. Kerangka Konseptual

### 1.6.1 Partai Politik

Seperti dikemukakan Prof. Miriam Budiardjo, Partai Politik adalah perkumpulan terkoordinasi yang memiliki kesamaan arah, nilai dan standar, serta bertujuan untuk memperoleh kekuasaan politik dan memegang jabatan secara sakral.<sup>28</sup>

Menurut Carl J. Friedrich, parpol adalah sekelompok orang yang terorganisasi secara stabil dengan maksud merebut atau mempertahankan kendali pemerintahan bagi pimpinan partainya dan berdasarkan kendali itu memberikan cita-cita dan cita-cita kepada anggotanya. manfaat materi. diorganisir secara tegas dengan maksud memberikan anggota partai, melalui kontrol ideal, keuntungan material dan keuntungan (selain untuk mengamankan atau mempertahankan kendali pemerintahan bagi para pemimpinnya).<sup>29</sup>

Kelompok ideologi menurut Sigmund Neumann dalam bukunya, *Present Day Ideological groups*, berpendapat bahwa perkumpulan para aktivis politik yang mencoba menguasai kekuasaan pemerintah dan memenangkan bantuan individu melalui persaingan dengan suatu perkumpulan atau perkumpulan yang berbeda pandangan (kelompok ideologis). adalah kelompok yang merangkul agen politik aktif masyarakat; mereka yang khawatir tentang kontrol pemerintah atas kekuatan

---

<sup>28</sup> Miriam Budiardjo, "*DASAR-DASAR ILMU POLITIK*", (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008) hlm 403

<sup>29</sup> Friedrich, "Constitutional Government and Democracy," Hlm. 419, dikutip langsung oleh Miriam Budiardjo.

politik dan bersaing dengan kelompok atau kelompok lain dengan sudut pandang yang berlawanan untuk mendapatkan dukungan publik)<sup>30</sup>

### 1.6.2 Fungsi Partai Politik

Unsur-unsur kelompok Ideologis dalam arti sebenarnya Menurut Miriam Budiardjo pasti ada perbedaan yang luar biasa di negara-negara yang adil dan di negara-negara diktator, perbedaan-perbedaan ini memiliki saran untuk pelaksanaan tugas partai atau kemampuan di setiap negara, di negara-negara yang adil pertemuan bisa sedikit menyelesaikan kemampuan mereka sesuai ketenangan mereka pada saat pengenalan mereka ke dunia, atau setidaknya, penduduk secara efektif berpartisipasi dalam negara bagian dan berjuang untuk kebebasan berbasis suara mereka, meskipun di negara tiran, partai tidak dapat menunjukkan harga diri mereka, namun lebih melakukan keinginan dari spesialis.

#### 1. Fungsi di Negara Demokratis

- Untuk tujuan komunikasi politik, Masyarakat hari ini sangat rumit, juga berbagai penilaian tujuan telah muncul. Jika pendapat dan aspirasi seseorang atau suatu kelompok tidak diakomodasi dan diikuti oleh orang lain yang sependapat, maka mereka akan hilang tanpa bekas, seperti suara-suara di padang pasir. Interaksi ini disebut konglomerasi kepentingan. Pendapat dan tujuan diolah dan dirumuskan secara lebih

---

<sup>30</sup> Sigmund Neumann. "Modern Political Parties" dalam Comparative Politics: A Reader, diedit oleh Harry Eckstein dan David E. Apter (London: The Free Press of Glencoe, 1963), hlm. 352

sistematis setelah digabungkan. Artikulasi kepentingan adalah istilah untuk proses ini.

- Sebagai sarana sosialisasi Politik, Sosialisasi politik adalah proses dimana seseorang memperoleh sikap dan orientasi terhadap fenomena politik, yang biasanya berlaku dalam masyarakat di mana ia berada. Politik proses menentukan sikap seperti seseorang, seperti mengenal nasionalisme, kelas sosial, etnis, ideologi, hak dan kewajiban. Sosialisasi politik dicirikan dalam teori politik sebagai sebuah siklus. Proses dimana masyarakat mentransmisikan "budaya politik", juga dikenal sebagai nilai dan norma yang diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya adalah aspek lain dari sosialisasi politik. Akibatnya, sosialisasi Politik menjadi faktor utama pengembangan budaya suatu politik bangsa.
- Untuk merekrut kandidat politik, Kemampuan ini terkait erat dengan persoalan pilihan otoritas, baik di dalam administrasi partai maupun inisiatif publik yang lebih luas. Setiap partai membutuhkan kader yang berkualitas untuk kepentingan internalnya karena kader hanya bisa tumbuh dengan kader tersebut.
- Untuk tujuan Perdamaian, Setiap masyarakat memiliki potensi konflik, terutama masyarakat yang heterogen berdasarkan suku (suku), status sosial ekonomi, atau agama. Perbedaan pendapat itu wajar dan wajar. Namun, keragaman suatu negara meningkatkan kemungkinan konflik.

## 2. Beroperasi dalam keadaan diktator

- Kesempatan untuk pemaparan politik politik yang menekankan pada mendorong sikap warga terhadap hidup dan cara pandang sesuai dengan keteladanan partai, karena hanya ada satu partai di negara otoriter.
- Metode aliran korespondensi, unik dalam kaitannya dengan negara-negara berbasis popularitas bekerja untuk komunikasi politik partai untuk menyalurkan data untuk mengajarkan masyarakat dengan data yang menjunjung tinggi usaha para pelopor partai. Aliran data bersifat hierarkis, bukan dua arah.
- Fasilitas rekrutmen politik, memungkinkan melayani partai, yang menguasai filosofi komunisme Leninisme, dan yang benar-benar ingin memiliki peran administratif di masa depan untuk mengarahkan pelaksanaan berbagai bagian kehidupan individu.

### 1.6.3 Media Massa

Media pada harfiahnya yang dijelaskan Cangara dalam bukunya “Pengantar Ilmu Komunikasi” mengatakan bahwa media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari



sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi, seperti surat kabar, film, radio dan televisi.<sup>31</sup>

Sedangkan dengan Massa sendiri yang dipahami bahwa ialah kelompok atau kumpulan orang lebih dari satu melalui perantara media untuk bersosialisasi dan berkomunikasi antar satu sama lain. Jadi pada harfiahnya penjelasan untuk media massa yakni sekelompok orang menggunakan media untuk menyampaikan pesan ke khalayak lebih luas.

Dalam kaitannya dengan sosiologi komunikasi, media massa memiliki peran dalam pembentukan nilai dan norma di dalam masyarakat. Berhubungan dengan komunikasi politik yang sedang dibangun oleh penulis untuk menjawab segala isu aktual yang berkembang di masyarakat dan bisa dimanfaatkan oleh partai politik lewat kader nya, media massa menjadi salah satu peluang yang bisa dimanfaatkan oleh politisi maupun tokoh masyarakat untuk mengembangkan apa saja pemikirannya ke pada publik lewat media massa.<sup>32</sup>

Media massa menjadi alat penyampaian informasi dan sarana sosialisasi aktor politik untuk melihat dan bisa membentuk opini publik atas segala hal yang tersampaikan di media massa. Media massa menjadi corong utama untuk akses

---

<sup>31</sup> Hafied Cangara, "*Pengantar Ilmu Komunikasi*" (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016) hlm. 123-126

<sup>32</sup> Mei Candra Mahardika, "*Sosiologi Komunikasi Teori dan Praktik dalam Masyarakat*" (Jawa Tengah: EFUDEPRESS, 2022) Hlm. 22

politik yang dilakukan partai politik khususnya dilakukan oleh kader partai guna mempengaruhi khalayak umum.

Komunikasi melalui media massa baik media cetak dan media elektronik secara media itu termasuk mainstream ataupun non mainstream memiliki peranan dalam suatu perubahan pada sosial budaya politik di suatu masyarakat. Pada harfiahnya pesan-pesan yang berada di media massa melalui caranya bisa menimbulkan rasa pada *Audience* terkait yang menggunakan media massa tersebut.

Sekiranya ada 3 nilai dalam proses penerimaan norma-norma sosial sebagai cara yang bisa ditempuh oleh media massa<sup>33</sup>:

1. Pertama, pesan-pesan komunikasi massa bisa membimbing dan memperkokoh perilaku dan pola yang berkembang di masyarakat.
2. Kedua, media dapat menciptakan budaya baru di masyarakat yang tidak bertentangan di masyarakat dan bisa juga menyempurnakan budaya itu sendiri.
3. Ketiga, media massa dapat juga mengubah norma yang berlaku di masyarakat atas sikap dari individu-individu terkait.

Dari penjelasan terkait media massa diatas pada kaitannya juga dengan sosiologi komunikasi, media massa juga bisa dan ikut andil untuk pembentukan pandangan atas nilai-nilai masyarakat, ini yang dilakukan oleh politikus sebagai kader partai politik melakukan komunikasi politik di media massa. Berikut sekiranya penulis dapat

---

<sup>33</sup> *Ibid.*, Hlm. 67

menjelaskan tentang media massa di saluran mainstream atau yang kita kenal juga media standar dan juga media non mainstream media non standar.

#### A. Media Mainstream

Media mainstream disini menjelaskan tentang media massa yang berada di area konvensional. Media mainstream masih menjadi suatu rujukan utama untuk masyarakat dan penyedia layanan di media mainstream guna memberi informasi yang layak bagi masyarakat.

Pada media ini juga bisa menjadikan penangkal hoax yang beredar di lingkungan masyarakat, dan dijadikan sarana untuk klarifikasi atau pembenaran dari segala situasi yang beredar di masyarakat. TV, Radio serta media cetak konvensional termasuk dari media mainstream tersebut.

#### B. Media Non Mainstream

Media Non Mainstream seperti yang kita kenal ialah media sosial atau media non standar, media ini ramai digunakan oleh sebagian masyarakat. Media ini menjadi rujukan masyarakat pengguna media sosial, untuk mencari suatu informasi dengan cara yang berbeda.

Efek kemudahan yang berada di media sosial inilah terkadang jika tidak ada penyaringan berita yang didapat, akan menimbulkan kesalahpahaman atas berita informasi yang disajikan, karena efek kecepatan dalam mendapatkan berita. Tetapi media ini cenderung lebih banyak untuk bisa digunakan oleh partai politik maupun kader-kadernya untuk menjangkau ke masyarakat dengan cepat tentang perkembangan partai, menjawab segala isu yang

berkembang dilapangan. Media dari non mainstream, media sosial yang sangat berkembang di masa kini yakni seperti Youtube, Instagram, Twitter, Facebook.

#### 1.6.4 Komunikasi Politik dan Citra Partai

##### A. Komunikasi Politik

Membangun citra publik yang positif merupakan tujuan dari komunikasi politik. Gambaran politik itu terbentuk karena data-data yang didapat, baik secara langsung maupun melalui media politik, termasuk komunikasi luas yang berusaha menyampaikan pesan-pesan politik yang luas dan nyata.

Komunikasi Politik Harold D. Lasswell dalam bukunya "*The Structure and Function Of Communication In Society*" mengungkapkan bahwa komunikasi politik memiliki artikulasi verbal yang terdiri dari lima artikulasi.<sup>34</sup>

1. Siapa (*who?*) yakni seorang pelaku utama sumber utama dari komunikator yang mempunyai kebutuhan untuk menjalankan suatu komunikasi ke individu ataupun ke kelompok organisasi.
2. Pesan yang keluar (*says what?*) pesan yang disampaikan oleh seorang (komunikator) kepada penerima seorang komunikan yang berisi tentang segala hal informasi secara verbal atau non verbal dan memiliki tujuan, maksud yang jelas disetiap pesan informasinya.

---

<sup>34</sup> Harold D. Lasswell, "*The Structure and Function Of Communication In Society*", dalam *The communication of ideas* (New York: Harper and Row), hlm. 37-51



3. Melalui saluran apa (*In Which Channel?*), alat penyampai informasi yang digunakan oleh (komunikator) ke pada penerima seorang (komunikan). Media dilakukan bisa secara langsung ataupun tidak langsung, dengan informasi yang harus jelas dan tertata rapih.
4. Kepada siapa dan hasil apa yang akan muncul (*To Whom?*), seorang individu, kelompok, lembaga negara yang menerima pesan informasi dari seorang komunikator memiliki tujuannya, pendengarnya, dan juga memiliki seorang penerjemah atau bisa disebut seorang ahli tafsir kata2 biasanya menemani seorang kominikator.
5. Dampak atau efek (*With What Effect*), penerima atau seorang komunikan yang menerima sumber pesan dari seorang komunikator merasa kan dampak dan efek seperti apa buat dirinya? Dari segi sikap, perkembangan diri dan lain-lain.

Pada komunikasi politik menurut Everett M. Rogers dalam bukunya “Communication Technology” saluran komunikasi yang bisa dimanfaatkan oleh individu atau kelompok untuk mereka bisa menyampaikan komunikasi politiknya ke penerima pesan tersebut.<sup>35</sup> Dalam hal ini saluran komunikasi bukan hanya sebatas alat penyampai informasi sebuah pesan saja, tetapi lebih dari itu yakni manusia yang menjadi aktor utama untuk saluran komunikasi tersebut, tentang seseorang dapat berbicara dengan siapa, mengenai apa, dalam keadaan dan sejauh mana bisa dipercaya.

---

<sup>35</sup> Everett M. Rogers, *Communication Technology*, New York: Free Press, 1986, Hlm. 311.



Lain dengan pemahaman bahwa saluran komunikasi cirinya beragam menurut Berlo dalam bukunya “The Process Of Communications”<sup>36</sup>

1. Saluran sebagai alat pembawa pesan.
2. Saluran yang dilalui oleh alat pembawa pesan.
3. Media/alat penunjang komunikasi tersebut dijalankan sesuai saluran yang semestinya dilakui.
4. Media/alat dijadikan sebagai sarana berkomunikasi, seperti pertemuan dari pertunjukan yang ada.

Komunikasi politik berdasarkan pemahaman diatas menjelaskan bahwa banyaknya cara komunikasi politik yang dapat dan bisa dilakukan oleh politikus kader partai politik guna bisa menjalankan komunikasinya ke masyarakat, penulis akan memakai pemahaman atas komunikasi politik Harold D. Laswell dalam menjawab komunikasi politik partai Gerindra di bab IV.

#### B. Citra Partai

Komunikasi politik memiliki tujuan untuk membangun citra politik yang sekiranya baik untuk masyarakat. Citra politik muncul dari sebuah informasi yang

---

<sup>36</sup> David K. Berlo, *The Process Of Communications*, (New York: Holt Rineart and Winston, 1960) Hlm. 254.

diterima oleh individu ataupun kelompok melalui media massa yang berkembang di media politik disampaikan secara langsung ataupun tidak langsung.<sup>37</sup>

Pencitraan politik diwujudkan sebagai konsekuensi kognitif dari komunikasi politik, sehingga ada keterkaitan antara pencitraan politik dengan pembentukan opini publik.<sup>38</sup> Opini publik pada dasarnya dibangun melalui pencitraan politik. Selain itu diungkapkan oleh bahwa korespondensi tidak secara langsung menciptakan penilaian atau cara berperilaku tertentu, namun secara umum akan mempengaruhi cara orang banyak mengkoordinasikan gambaran mereka tentang citra, dan gambaran tersebut mempengaruhi penilaian atau perilaku orang banyak.

Citra Partai adalah apa yang orang pikirkan, rasakan, dan lihat di mata publik. Karena citra positif penting bagi sebuah organisasi untuk mempertahankan hidupnya, maka perlu diciptakan dan dipertahankan dengan sengaja selama publik menginginkannya. Gambaran partai yang positif dapat muncul melalui cara pandang terhadap berbagai peristiwa politik dengan menyelaraskan keinginan politik yang sesuai dengan tuntutan masyarakat atau konstituennya, mengingat asosiasi politik memang perlu membuat gambaran partai yang positif.

Citra politik mempengaruhi gambaran partai, oleh karena itu bertanya kepada orang-orang secara umum tentang semua masalah akan menjadi gambaran tentang bagaimana masyarakat menyalahgunakan keputusan partai mereka. Menurut Frank

---

<sup>37</sup> Cecep Suryana, *Komunikasi Politik teori dan praktik*, (Bandung: CV. Mimbar Pustaka, 2019) Hlm. 51

<sup>38</sup> Anwar Arifin, *"Pencitraan Dalam Politik"*, (Jakarta : Pustaka Indonesia, 2006) hlm 1

Jefkins memberikan ulasan tentang lima jenis gambaran citra yang digunakan oleh legislator<sup>39</sup>, yaitu:

1. Bayangan Citra (Mirror Image) Kader politik paling terpengaruh oleh bayangan bayangan karena masyarakat biasanya menilai setiap individu berdasarkan citra partai atau organisasi yang mereka ikuti. Tidak masalah apakah gambaran partai itu beruntung atau tidak, dengan cara ini penilaian partai individu juga terpengaruh.
2. Citra Aktual (Current Picture) Gambar ini adalah sesuatu yang berlawanan dengan gambar bayangan, gambar yang melekat pada seseorang yang dapat mempengaruhi gambar pihak tersebut. Gambaran individu yang beruntung atau tidak beruntung kembali ke bagaimana masyarakat akan menilai.
3. Citra normal (Gambar Harapan) Gambaran kepercayaan adalah gambaran yang diantisipasi oleh sang penghibur pencitraan. Agar masyarakat bisa merasa nyaman dengan citra yang dibangun, akses publik terhadap informasi tentang citra ini masih kurang.
4. Citra Perusahaan (Corporate Image) Citra Institusi adalah bagaimana Institusi dalam hal ini Partai dapat membuat publik mengetahui sejarah partai, masa lalu, dan jejak menjadi partai di Indonesia. Jika gambar ini berhasil dan memiliki reputasi yang baik, maka dapat dilihat seperti itu.

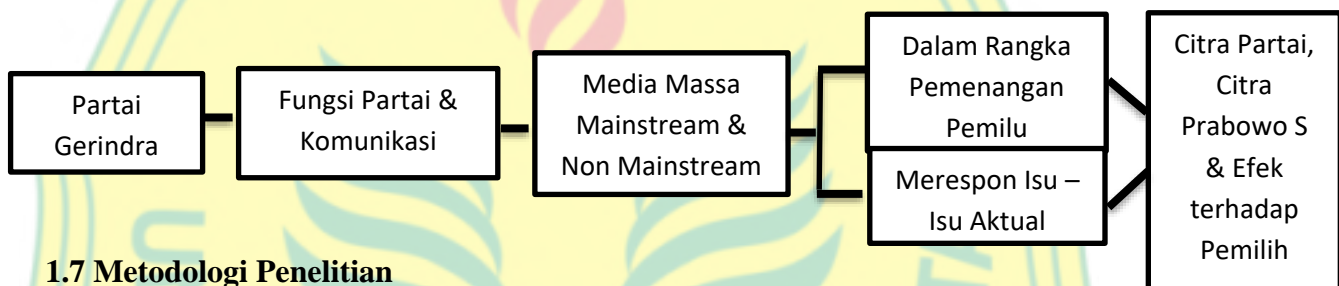
---

<sup>39</sup> Frank Jefkins, "Public Relations", direvisi oleh Daniel Yadin ; alih bahasa, Haris Munandar ; editor, Nurcahyo Mahanani (Jakarta : Erlangga, 2003) hlm 20-23

5. Gambar Berganda (Multiple Images) Karena setiap partai memiliki kumpulan kader dan anggota yang berbeda yang berperilaku berbeda, partai umumnya menggunakan gambar kecil hingga besar, misalnya, tanda kebesaran partai dan kendaraan dinas untuk memperluas gambaran solidaritas di mata publik.

### 1.6.5 Hubungan Antar Konsep

**Skema 1.1 Dinamika Antara Politik Citra Dan Fungsi Partai Politik**



### 1.7 Metodologi Penelitian

#### 1.7.1 Pendekatan Penelitian

Penulis menggunakan pendekatan metode kualitatif dalam pencarian informasi yang terperinci dan disengaja, yang kemudian digunakan untuk menggambarkan masalah saat ini dengan jelas dan lengkap. Penulis kemudian dapat memberikan gambaran yang lebih dalam dan luar dari data sumber penting.<sup>40</sup>

Metode penelitian kualitatif adalah salah satu yang menghasilkan data deskriptif dari kata-kata tertulis atau lisan orang dan perilaku yang terlihat. Di dalam studi ini penulis juga menampilkan temuan dan bahan penelitian penunjang studi ini, seperti jurnal, artikel, buku, internet dan lain-lain. Penunjang penelitian ini peneliti gunakan

<sup>40</sup> Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial (edisi kedua)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), Hlm. 78

untuk membantu terkait studi dan dikaitkan oleh berbagai teori yang sesuai dengan penelitian ini menjadi bagian dari studi Pustaka.

### **1.7.2 Subjek Penelitian**

Penulis menentukan subjek penelitian untuk memberikan informasi lebih lanjut terkait pertanyaan apa saja yang sekiranya bisa penulis lakukan untuk mewawancarai narasumber, serta informan yang memperjelas dan menjawab segala hal tentang data terkait topik pada penelitian ini

Sejauh tujuan analisis, penulis menentukan narasumber dari Partai Gerindra yang terhubung dengan Media Partai Gerindra antara lain saksi fundamental yang merupakan pengurus Media Partai Gerindra dan staf yang terkait dengan penyebaran data Partai Gerindra. Ada 2 narasumber utama yang berasal dari partai Gerindra bidang media dan informasi serta narasumber pendukung penelitian ini yakni ada 4 orang dengan umur dan profesi yang berbeda.

### **1.7.3 Lokasi dan Waktu Penelitian**

1. Lokasi dari penelitian terletak Kantor DPP Partai Gerindra Jalan Harsono RM No. 54 4 8, RT.8/RW.4, Ragunan, Kec. Ps. Minggu, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12160, Indonesia. Waktu penelitian dilakukan tahun 2020 s/d 2022.
2. Lokasi penelitian lainnya berada di kantor DPD Partai Gerindra DKI Jakarta, Jl. D. Tondano Blok Sekolah No.11, RT.20/RW.4, Bend. Hilir, Kecamatan



Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10210.

Waktu penelitian dilakukan 2020 s/d 2022.

Alasan penulis memilih tempat penelitian disini, berada di pusat kota. dan memilih DPP dan DPD partai Gerindra sesuai dengan apa yang ingin penulis teliti berdasarkan topik skripsi dan juga keinginan penulis untuk mengetahui bagaimana partai Gerindra melakukan komunikasi politik serta menjalankan fungsi partainya kepada masyarakat.

#### **1.7.4 Peran Peneliti**

Sebagai pelaku penelitian Penulis menentukan dan mengumpulkan informasi yang merupakan perkembangan gerakan dari segala jenis untuk mencari informasi terkait penelitian yang didapat, kemudian dari saksi dan selanjutnya dari informasi yang disajikan selama penelitian.

Penulis sebagai yang meneliti pada studi ini menyempatkan untuk sekiranya ikut kegiatan Gerindra saat itu, melihat dan mengamati juga tentang aktifitas partai Gerindra pada saat hari-hari mereka menjalankan fungsi partainya, lalu penulis sebagai yang meneliti pada studi berusaha menjadi terdampak dari setiap agenda partai saat itu.

### **1.7.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan adalah sebagai berikut :

#### **A. Pengamatan**

Penulis turun langsung mengunjungi lokasi yang terkait dengan penelitian. Observasi juga menjadi salah satu alat yang digunakan penulis untuk mengkaji peran staf media informasi terhadap porsi yang dikumpulkan Gerindra. Selain itu, penulis observasi untuk mencari hubungan antara semua data yang dikirimkan dari lapangan ke lokasi penelitian. Penulis juga mengadakan wawancara tidak langsung lewat zoom dan juga wawancara via telfon saat pandemic covid 19, dan penulis menambah data dengan langsung datang ke lokasi mewawancara tim media partai Gerindra

#### **B. Wawancara**

Wawancara mendalam dipimpin oleh penulis saat itu pandemi virus Corona belum selesai maka wawancara masih via zoom dan juga setelah itu penulis sempatkan datang langsung ke lokasi untuk wawancara lanjutan. Wawancara dilakukan dengan menjelaskan maksud dan kedatangan penulis untuk mendalami peran skripsi yang penulis teliti di partai Gerindra, dan juga memberikan daftar pertanyaan ke pada narasumber dan memulai sesi wawancara saat itu. Wawancara ini dilakukan secara tatap muka dengan direkam pembicaraan antara narasumber dengan penulis.

**Tabel 1.3 Karakteristik Informan Partai Gerindra**

No	Nama	Profesi	Keterangan
1	IH	Media dan Grup Data DPP Gerindra	Data Primer dari Gerindra
2	MK	Media dan Grup Data DPP Gerindra	Data Primer dari Gerindra

Sumber: diolah penulis, 2023

### **C. Dokumentasi dan Studi Kepustakaan**

Catatan yang dimaksud adalah kumpulan laporan dengan catatan, gambar, dan detail lain tentang suatu peristiwa. Hasil ini dilibatkan oleh penulis sebagai penemuan opsional untuk membantu komposisi lebih lanjut.

#### **1.7.6 Keterbatasan Penelitian**

Dikarenakan adanya pembatasan sosial berskala Besar (PSBB) di Kota DKI Jakarta, peneliti tidak dapat melanjutkan penelitian yang bersifat sensitif waktu karena kendala pandemi COVID-19. Ini ternyata sangat sulit bagi penulis dalam menjelajahi tempat-tempat yang harus dilihat oleh penulis.

Dalam hal komunikasi, analis juga memiliki batasan mengingat tantangan individu yang dilakukan oleh otoritas publik dan menjadi hambatan yang saat itu. Wawancara, peninjauan awal saat itu melalui zoom meeting. Setelah saat itu ada kelonggaran pada aktifitas diluar, penulis sempatkan untuk ke tempat penelitian guna melihat dan mengamati lebih lanjut tentang bagaimana studi yang sedang penulis teliti ini.

### 1.7.7 Triangulasi Data

Disini peneliti menggunakan triangulasi data untuk mencocokkan data yang nantinya akan peneliti peroleh dengan data yang telah peneliti miliki. Peneliti juga menggunakan triangulasi data untuk mencari informasi pendukung untuk menghubungkan informasi yang nantinya akan Peneliti peroleh.

Informan tambahan disini penulis lakukan karena penulis membutuhkan data terkait pemilih partai Gerindra, dengan perbedaan profesi dan juga umur. Penulis lakukan wawancara terhadap informan tambahan ini untuk mengetahui juga sejauh mana partai Gerindra menjalankan fungsi partai apakah dirasakan oleh pemilih atau tidak, dan juga penulis lakukan wawancara juga untuk mengetahui komunikasi politik seperti apa yang dirasakan oleh pemilih partai Gerindra.

**Tabel 1.4 Karakteristik Informan Tambahan Pemilih Partai Gerindra**

No	Nama	Status	Keterangan
1	A, (26 th)	Karyawan Swasta	Pemilih Partai Gerindra
2	T, (36 th)	Pegawai Negeri	Pemilih Partai Gerindra
3	F, (22 th)	Mahasiswa	Pemilih Partai Gerindra
4	F, (25 th)	Karyawan Swasta	Pemilih Partai Gerindra

Sumber: diolah penulis, 2023

## 1.8 Sistematika Penelitian

Skripsi ini terdiri dari lima bab yakni; satu bab pendahuluan, dua bab uraian empiris, satu bab analisis, dan satu bab kesimpulan. Adapun sistematika dari penulisan penelitian adalah sebagai berikut :

**BAB I** : Penjelasan tentang asal-usul masalah, masalah penelitian, tujuan dan manfaat, kerangka kerja penelitian yang sebanding, kerangka kerja konseptual, metodologi penelitian, dan sistematika penelitian semuanya termasuk dalam bab ini.

**BAB II** : Partai Gerindra. Peneliti akan memberikan gambaran tentang sejarah terbentuknya Partai Gerindra, serta gambaran tentang visi dan misi partai, struktur organisasi, divisi, program, lokasi, dan profil informan yang ingin diwawancarai.

**BAB III** : Pada bagian ini ahli akan mengkaji dampak tindak lanjut dari temuan peninjauan tersebut, khususnya mengenai representasi politik Partai Gerindra dalam pers standar dan nontradisional dan lebih lanjut mengenai teknik yang digunakan Partai Gerindra dalam menyebarluaskan data berita politiknya.

**BAB IV** : Pada bagian ini akan menghubungkan penemuan-penemuan di lapangan lalu di analisis berdasarkan teori yang ada di kerangka konsep.

**BAB V** : Bagian ini berisi akhir dari penelitian yang menghasilkan jenis jawaban untuk menyelidiki pertanyaan yang telah dibentuk.