

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pemilihan Umum (Pemilu) di Indonesia menandai momen penting dalam perkembangan demokrasi suatu negara. Dalam interval lima tahun, rakyat Indonesia memiliki kesempatan untuk secara langsung mempengaruhi arah politik dan kebijakan negara melalui partisipasi aktif dalam proses Pemilu. Peran partai politik menjadi sangat vital dalam konteks ini, karena partai berfungsi sebagai perwakilan aspirasi masyarakat dan penentu kebijakan yang akan mempengaruhi berbagai aspek kehidupan. Pemilu di Indonesia bukanlah sekadar serangkaian ritual demokrasi, melainkan sebuah panggung strategis di mana partai politik bersaing untuk memperoleh dukungan publik demi meraih kepercayaan dan menduduki posisi dalam pemerintahan, yang pada gilirannya akan memengaruhi dinamika politik dan sosial masyarakat secara keseluruhan. Dalam proses Pemilu Indonesia, partai politik bersaing secara intensif untuk menarik dukungan rakyat dan memperkuat posisi mereka dalam pemerintahan (Aliano & Adon, 2023). Dengan menggunakan berbagai strategi kampanye dan narasi politik, partai-partai tersebut berupaya untuk memenangkan hati pemilih serta memperoleh mandat politik yang kuat. Hasil dari Pemilu tidak hanya mempengaruhi komposisi pemerintahan, tetapi juga menentukan arah kebijakan yang akan diterapkan dalam periode mendatang (Alaydrus et al., 2023).

Partai politik adalah elemen kunci dalam sistem demokrasi yang bertanggung jawab atas koordinasi dan representasi aspirasi politik masyarakat. Di Indonesia, peran partai politik sangat penting dalam mengelola dinamika politik dan memperjuangkan kepentingan publik. Dengan memiliki kendali atas pembentukan kebijakan publik dan pengawasan terhadap jalannya pemerintahan, partai politik memiliki potensi besar untuk mempengaruhi hasil Pemilu dan arah kebijakan yang akan diambil oleh pemerintahan yang terbentuk (Taufiqurrohman, 2020). Strategi-strategi yang diterapkan oleh partai politik dalam Pemilu memiliki

dampak yang signifikan terhadap proses politik dan pembentukan kebijakan (Widiyaningrum & Alifah, 2023). Pendekatan yang diambil oleh setiap partai dalam kampanye, pencalonan kandidat, dan pembentukan aliansi dapat mempengaruhi persepsi dan preferensi pemilih serta akhirnya mempengaruhi hasil Pemilu. Dengan demikian, strategi-strategi yang dipilih oleh partai politik memiliki implikasi yang luas terhadap dinamika politik dan kebijakan pemerintahan di Indonesia.

Antusiasme masyarakat Indonesia terhadap Pemilu tahun 2024 mencerminkan pentingnya peristiwa tersebut sebagai ajang demokrasi yang menentukan. Pemilu dianggap sebagai kesempatan untuk memilih pemimpin dan partai politik yang akan memegang kendali negara selama lima tahun ke depan, serta menentukan arah kebijakan yang akan diambil. Dalam persaingan yang semakin ketat, partai politik dituntut untuk mengembangkan strategi yang efektif untuk memenangkan dukungan dan kepercayaan masyarakat. Ini termasuk menyusun platform yang relevan dengan kebutuhan dan aspirasi publik, melakukan kampanye yang menyentuh hati rakyat, dan memanfaatkan media sosial dan teknologi informasi untuk mencapai basis pemilih yang lebih luas. Dalam persaingan politik yang semakin ketat, penting bagi partai-partai politik untuk memperhatikan cara-cara baru dalam meraih dukungan masyarakat. Selain melalui tradisional kampanye *offline*, partai politik juga harus memanfaatkan teknologi dan media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan menjangkau pemilih potensial secara efisien (Kamindang & Amijaya, 2024). Di samping itu, partai-partai politik juga dituntut untuk berkompetisi dengan cara yang *fair* dan menghormati prinsip-prinsip demokrasi, serta menjaga integritas dan transparansi dalam proses pemilihan agar dapat memenangkan kepercayaan masyarakat.

Partai politik baru yang akan berpartisipasi dalam politik Indonesia disebut Partai Solidaritas Indonesia (PSI). Pasca pemilu 2014, partai ini didirikan dengan mengintegrasikan keberagaman dan identitas DNA ke dalam kebijakan. Selain hal-hal baru, misi PSI adalah mendekatkan politik dan kebijakan. Entah itu konsep baru, metode berpikir, manusia, atau teknologi. Menanggapi tren perubahan sosial-

politik generasi baru, PSI didirikan. Secara umum, generasi muda mendambakan pemimpin yang berpengetahuan luas, dapat dipercaya, bermoral, dan memperhatikan orang lain. Perempuan, organisasi keagamaan, dan generasi muda biasanya menjadi target demografi partai tersebut. Gagasan bahwa masih banyak orang baik di Indonesia menjadi landasan bagi PSI (Wahyudy et al., 2021).

PSI merupakan partai anak muda karena anggota kader partai ini berkisar antara 20 hingga 45 tahun, dinamakan berdasarkan kelompok anak muda. Di usia 35 tahun, Grace Natalia adalah mantan jurnalis dan pembawa berita dan sebelumnya sempat menjabat sebagai Ketua Umum Partai Solidaritas Indonesia. Mereka memperjuangkan tujuan-tujuan yang berkaitan dengan antikorupsi dan anti-intoleransi, berdasarkan doktrin Pancasila (Wahyudy et al., 2021).

PSI dikenal dengan pendekatan politik yang inovatif dan berbeda dari partai-partai lainnya. Partai ini memiliki sejumlah karakteristik yang membedakannya, seperti keberpihakan terhadap isu-isu milenial pendekatan yang progresif dalam menghadapi tantangan zaman, serta penonjolan figur-figur muda yang berpotensi (Wahyudy et al., 2021). Dengan karakteristik unik ini, PSI berhasil menarik perhatian sebagian masyarakat yang mencari alternatif baru dalam dunia politik.

Terbukti bahwa perhatian yang diberikan kepada generasi muda yang kurang tertarik pada politik mempunyai dampak yang signifikan terhadap berdirinya PSI. Meskipun saya tidak berminat terjun ke dunia politik, penyebutan kata politik saja sudah sangat mengganggu saya. Padahal pemuda mempunyai hak dan ruang tersendiri dalam berpolitik. Suatu saat generasi muda yang tidak terlibat aktif dalam pembangunan bangsa akan mengambil alih pembangunan negara ini. Oleh karena itu, PSI didirikan dengan tujuan untuk menjadi partai politik yang dapat meningkatkan keterlibatan pemuda dalam dunia politik (Wahyudy et al., 2021).

PSI sejak saat di bawah pimpinan Giring Ganesha ini lebih condong ke arah digital. Hal ini menjadi salah satu penyebab utama terkait terbatasnya uang partai.

Masyarakat umum, sejumlah pemilik usaha, dan penjual barang memberikan donasi untuk mendukung operasional PSI. PSI memutuskan mengandalkan digitalisasi karena PSI tidak diharuskan membayar untuk setiap konten yang mereka kirimkan, komunikasi politik melalui media sosial biasanya lebih murah. Aplikasi Solidaritas merupakan aplikasi *smartphone* yang dirilis PSI enam tahun setelah didirikan. Tujuan dari platform digital PSI diharapkan dapat meningkatkan interaksi masyarakat dengan para pengurus PSI. Program tersebut mencakup fitur pelaporan publik kepada anggota legislatif serta rincian kegiatan anggota legislatif PSI (Alvin, 2022).

Tujuan pertama dari enam tujuan utama aplikasi Solidaritas ini adalah melacak jadwal kerja anggota DPR PSI. Kedua, mengikuti acara yang diselenggarakan oleh anggota PSI. Ketiga, menyampaikan keluhan kepada anggota legislatif PSI. Keempat, memberikan masukan mengenai tanggung jawab, peran, dan wewenang anggota legislatif PSI di bidang penganggaran, pengawasan, dan peraturan perundang-undangan, termasuk pembahasan RAPBD, Raperda, dan topik lainnya. Kelima, menilai anggota legislatif PSI berdasarkan kinerjanya. Terakhir, melaporkan kepada anggota legislatif PSI yang kinerjanya tidak maksimal. Gagasan Partai Digital erat kaitannya dengan aksi-aksi yang dilakukan PSI (Alvin, 2022).

Partai Solidaritas Indonesia (PSI) sebagai partai politik yang relatif baru dalam panggung politik Indonesia melalui berbagai strategi yang dilakukan akhirnya menjadi objek survei yang menarik bagi lembaga-lembaga survei. Dengan karakteristik yang unik dan pendekatan politik yang berbeda, masyarakat dan pihak-pihak terkait memiliki minat yang besar untuk mengetahui sejauh mana PSI berhasil mendapatkan dukungan dari masyarakat, terutama menjelang Pemilu 2024. Oleh karena itu, lembaga-lembaga survei sering kali menggelar berbagai jenis survei, seperti survei elektabilitas dan survei kepuasan masyarakat, untuk mengevaluasi performa dan citra PSI di mata publik. Pada tahun 2023 setelah Kaesang menjabat di PSI terjadi pelonjakan elektabilitas PSI sebanyak 3x lipat, berikut merupakan datanya.

No.	Nama Data	Nilai
1	PDIP	23,1
2	Gerindra	14
3	Golkar	7,1
4	Demokrat	6,7
5	PKB	5,7
6	PAN	5,4
7	Nasdem	4,4
8	PKS	4
9	PSI	3,5
10	Perindo	2,9

Gambar 1.1 Elektabilitas Partai Politik menurut Survei Polling Institute (Oktober 2023)
Sumber: Databooks, 2023

Partai Solidaritas Indonesia (PSI), meski gagal melewati ambang batas legislatif, namun jauh lebih elektabilitas, menurut hasil jajak pendapat yang dilakukan Lembaga *Polling*. Citra Kaesang Pangarep, putra Presiden Joko Widodo turut andil dalam mendongkrak elektabilitas partai berlogo mawar merah itu. Elektabilitas PSI pertama kali diketahui hanya 1,1% oleh Lembaga *Polling* pada kajian Oktober 2023. Namun, elektabilitas PSI naik sekitar tiga kali lipat menjadi 3,5% dalam studi yang sama setelah responden diberitahu bahwa Kaesang adalah ketua umum organisasi tersebut dan diminta untuk memilih lagi (Nabilah, 2023).

Sementara parpol yang meraih suara di bawah 4% ada 10 partai. Adapun 10 partai itu PPP, PSI, Partai Gelora, Partai Ummat, PBB, PKN, Partai Perindo, Partai Buruh, Partai Hanura, dan Partai Garda. PPP tidak lolos ke Senayan karena hanya meraih suara nasional sebesar 5.878.777 atau 3,87%. Begitu juga dengan PSI. Dari hasil rekapitulasi KPU, partai yang dipimpin Kaesang Pangarep itu meraih 4.260.169 suara atau 2,806%. Adapun partai politik yang memiliki suara di bawah 4% ada 10 partai.

No	Nama Partai	Suara	Persentase
1	PPP	5.878.777	(3,87%)
2	PSI	4.260.169	(2,80%)
3	Partai Perindo	1.955.154	(1,28%)
4	Partai Gelora	1.281.991	(0,84%)
5	Partai Hanura	1.094.588	(0,72%)
6	Partai Buruh	972.910	(0,64%)
7	Partai Ummat	642.545	(0,42%)
8	PBB	484.486	(0,31%)
9	Partai Garuda	406.883	(0,26%)
10	PKN	326.800	(0,21%)

Gambar 1.2 Elektabilitas Partai Politik dibawah 4%
Sumber : Detik News, 2024

Ketika mengetahui Kaesang menjadi Ketua Umum PSI, sebagian pendukung partai tersebut terutama yang berasal dari basis PDIP, Gerindra, PPP, dan kelompok non-partisan beralih ke organisasi tersebut. Sementara itu, undang-undang Nomor 7 Tahun 2017 menetapkan ambang batas parlemen minimal 4%. Artinya, agar suatu partai politik dapat memperoleh kursi di DPR di Senayan, ia harus memenuhi syarat-syarat perolehan suara tersebut. Dengan tingkat elektabilitas yang jauh melampaui ambang batas tersebut, yaitu 23,1%, PDIP menjadi partai politik terkuat hingga awal Oktober 2023. Namun menurut Lembaga Polling, 3% pendukung PDIP malah memilih PSI. Urutan berikutnya adalah Golkar dengan elektabilitas 7,1%, Demokrat 6,7%, dan Gerindra di urutan kedua dengan elektabilitas 14%. Berikutnya PKB (5,7%), PAN (5,4%), Nasdem (4,4%), dan PKS (4%), mengisi papan tengah. Grafik tersebut menunjukkan bahwa partai lain dengan elektabilitas di bawah ambang batas parlemen adalah PSI, Perindo, PPP, Partai Ummat, dan Partai Buruh. 1,206 peserta yang sudah menikah atau lebih tua dari 17 tahun berpartisipasi dalam studi Polling Institute ini. Panggilan digit acak (RDD) atau prosedur pembuatan nomor telepon acak digunakan untuk mendapatkan sampel. Tanggal pengumpulan data adalah 1-3 Oktober 2023. Margin error 2,9% dan tingkat kepercayaan 95% untuk survei ini (Sihombing, 2024)

Peran lembaga survei sangat signifikan dalam pengembangan elektabilitas partai politik, termasuk PSI, dalam rangka menyongsong Pemilu 2024. Dengan memanfaatkan metode survei yang terstruktur, lembaga-lembaga ini dapat mengumpulkan data dan pendapat dari masyarakat mengenai dukungan politik terhadap berbagai partai yang akan bertanding dalam pemilihan tersebut (Yulius & Rusadi, 2023). Melalui proses yang sistematis, lembaga survei dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai tingkat popularitas dan elektabilitas masing-masing partai politik, memberikan pandangan yang berharga bagi pemilih dan pemangku kepentingan dalam proses demokrasi. Selain itu, lembaga survei juga dapat memberikan informasi yang relevan bagi partai politik itu sendiri untuk mengembangkan strategi kampanye yang efektif. Data-data yang diperoleh dari survei elektabilitas dapat menjadi landasan bagi partai politik untuk menyusun strategi kampanye yang lebih efektif dan menasar dengan lebih tepat kepada segmen masyarakat yang potensial untuk mendukung mereka. Dengan demikian, survei elektabilitas tidak hanya berguna untuk memahami tingkat popularitas partai politik, tetapi juga memberikan wawasan yang mendalam tentang dinamika politik dan preferensi masyarakat, yang pada gilirannya dapat membantu partai politik dalam mengambil keputusan yang lebih tepat dan strategis.

Strategi *political branding* telah menjadi elemen krusial dalam upaya memenangkan dukungan masyarakat serta memperkuat posisi partai politik di arena politik. Dengan memanfaatkan *political branding*, partai politik berusaha membangun citra yang positif di mata publik, menunjukkan identitasnya, dan mengkomunikasikan pesan-pesan politiknya secara efektif (Fauzuna, 2021). Bagi Partai Solidaritas Indonesia (PSI), penerapan strategi *political branding* menjadi kunci utama dalam rangka membentuk citra yang baik dan meningkatkan daya tarik partainya di kalangan pemilih. Hubungan antara strategi *political branding* dengan peningkatan elektabilitas partai menjadi sangat signifikan dalam konteks Pemilihan Umum, karena menurut (Salleh, 2022), elektabilitas merupakan tolok ukur seberapa besar dukungan dan kepercayaan yang diberikan oleh masyarakat kepada partai politik. Dengan demikian, strategi *political branding* berperan penting sebagai

instrumen untuk mempengaruhi persepsi dan sikap masyarakat terhadap suatu partai politik tertentu.

Dalam konteks strategi *political branding*, upaya PSI untuk membangun citra yang positif dan meningkatkan elektabilitasnya melalui berbagai langkah, seperti memperkuat identitas partai, menyampaikan pesan-pesan politik yang jelas dan relevan, serta berkomunikasi secara efektif dengan masyarakat. Melalui penekanan pada nilai-nilai yang diusung dan kebijakan-kebijakan yang dijalankan, PSI berupaya memperkuat identitasnya sebagai partai yang progresif dan inovatif. Selain itu, dengan memanfaatkan berbagai platform komunikasi dan media sosial, PSI berhasil menyampaikan pesan-pesan politiknya secara langsung kepada pemilih potensial, sehingga meningkatkan visibilitas dan daya tarik partainya. Dengan demikian, strategi *political branding* tidak hanya menjadi alat untuk membangun citra positif partai, tetapi juga menjadi kunci untuk meraih dukungan dan meningkatkan elektabilitas partai di mata publik.

Dengan latar belakang tersebut, pemilihan judul "Strategi *Political branding* PSI dalam Upaya Membangun Elektabilitas Partai Jelang Pemilu 2024" menjadi relevan dan penting untuk diteliti. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana strategi *political branding* digunakan oleh PSI dalam menghadapi Pemilu 2024, serta dampaknya terhadap elektabilitas partai dan dinamika politik di Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat dalam pengembangan literatur politik dan strategi komunikasi politik di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah memahami konsep dari strategi *political branding* yang digunakan oleh PSI dalam upaya membangun elektabilitas partai jelang Pemilu 2024. Penelitian ini juga ingin memperdalam terkait faktor-faktor strategi *political branding* yang diimplementasikan oleh PSI untuk meningkatkan elektabilitas partai jelang Pemilu 2024.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Merupakan elaborasi dari rumusan masalah yang sudah ditetapkan dan dinyatakan dalam kalimat tanya.

1. Bagaimana strategi *political branding* yang digunakan oleh PSI dalam upaya membangun elektabilitas partai jelang Pemilu 2024?
2. Apa saja faktor-faktor strategi *political branding* yang diimplementasikan oleh PSI?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, penelitian ini memiliki tujuan untuk:

1. Menganalisis strategi *political branding* yang diterapkan oleh PSI dalam upaya membangun elektabilitas partai menjelang Pemilu 2024.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor strategi *political branding* yang diimplementasikan oleh PSI.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini merupakan penelitian pada bidang komunikasi yang harapannya dapat memberikan ilmu pengetahuan kepada pembaca serta dapat memberi kontribusi literatur sebagai referensi pada perkuliahan terkait partai politik.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang strategi *political branding* dalam konteks politik Indonesia, khususnya melalui studi kasus PSI. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi kontribusi dalam literatur mengenai strategi politik dan *branding*.

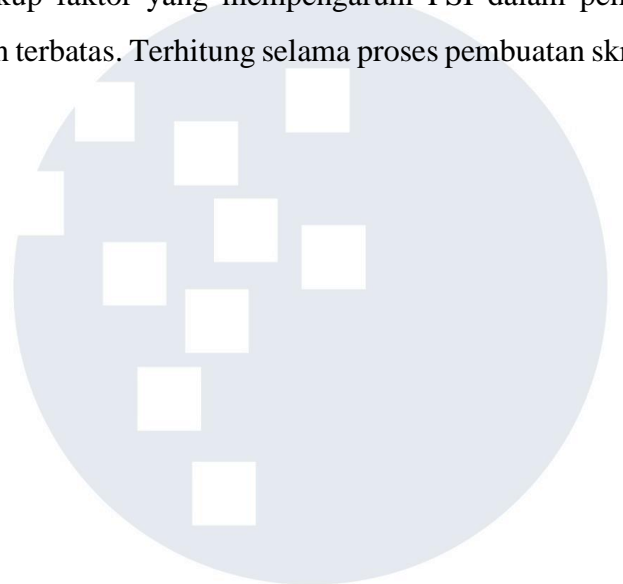
1.5.3 Kegunaan Sosial

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih baik kepada masyarakat mengenai strategi politik yang digunakan oleh partai politik,

serta dapat membantu masyarakat dalam memilih secara lebih cerdas dan berdasarkan informasi yang lebih komprehensif pada saat Pemilu.

1.5.4 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya membahas terkait PSI dan melihat perspektif dari segi *political branding* dalam elektabilitas PSI pada pemilu 2024 kemarin. Penelitian ini hanya mencangkup faktor yang mempengaruhi PSI dalam pemilu 2024, waktu penelitian ini pun terbatas. Terhitung selama proses pembuatan skripsi berlangsung.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA