



Strategi Komunikasi Politik Partai Gerindra Di Kota Palangka Raya Dalam Pemilu 2024 Dan Pilkada 2025

Abdul Rahman¹, Anita Pransiska², Enika R Siagian³, Mochammad Fernanda Fajeri⁴, Salsabila⁵, Ali Sunarno⁶, Eli Karliani⁷

Program Studi S1 Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Palangkaraya^{1,2,3,4,5,6,7}

Email: Salsabila dadisasa95@gmail.com

Article Info

Keywords:

Political Communication Strategy, Social Media, Direct Meetings, Young Voters, Hoax Challenges

Received 13/05/2025

Accepted 19/06/2025

Available online

30/06/2025

Abstract

This study aims to examine the Gerindra Party's political communication strategy in conveying its political message to the people of Palangka Raya in the 2024 General Election and the 2025 Regional Election. Through interviews with party cadres, this study found that Gerindra's political communication in Palangka Raya relies heavily on two main aspects: the use of social media and direct meetings. Social media was chosen because of its efficiency in reaching a wider audience, especially young voters, while direct meetings were emphasized more to reach community groups in areas that are not yet fully accessible by the internet. The Gerindra Party also faces challenges in dealing with hoaxes and inaccurate information and adapting to differences in communication at the central and regional levels. These findings are expected to provide insight into

A. PENDAHULUAN

Komunikasi politik merupakan elemen krusial dalam strategi partai politik, karena memungkinkan partai untuk menyampaikan visi, misi, dan program – program kepada masyarakat. Partai Gerindra, seperti partai lainnya, memanfaatkan berbagai metode komunikasi untuk menjangkau audiens yang beragam. Komunikasi ini tidak hanya terbatas pada kampanye atau iklan, tetapi juga mencakup interaksi langsung dengan masyarakat, yang memberi kesempatan bagi partai untuk mendengarkan dan merespons aspirasi rakyat (Ulzikri, 2022). Sebagai salah satu partai besar di Indonesia, Gerindra berusaha membangun hubungan yang lebih kuat dengan masyarakat, memperkenalkan calon yang diusung, dan mendorong partisipasi mereka dalam proses demokrasi. Menurut

Wardhani dan Siregar (2020), “Komunikasi Politik adalah jabatan antara partai politik dan masyarakat untuk mengkomunikasikan ideologi dan nilai-nilai partai”.

Seorang Ilmuan Komunikasi politik Indonesia, Maswadi Rauf, berpendapat bahwa komunikasi politik adalah sebagai objek kajian ilmu politik, karena pesan-pesan yang diungkapkan dalam proses komunikasi selalu bercirikan politik dan selalu berkaitan langsung dengan kekuasaan politik di dalam sebuah negara, pemerintah dan juga aktivitas dari seorang komunikator dalam kedudukan sebagai pelaku kegiatan politik itu sendiri. Dalam konteks ini komunikasi politik dapat dilihat dalam dua dimensi utama, yaitu komunikasi politik sebagai kegiatan politik dan komunikasi sebagai kegiatan politik ilmiah. Komunikasi sebagai kegiatan politik bercirikan penyampaian pesan-pesan politik yang dilakukan oleh aktor politik kepada semua pihak lain. Kegiatan ini dilakukan secara nyata dalam kehidupan sosial sehari-hari, karena itu kegiatan ini disebut kegiatan empirik. Komunikasi politik disebut dengan komunikasi ilmiah karena salah satu kegiatan politik politik selalu berkaitan langsung.

Salah satu tujuan utama komunikasi politik adalah membangun kepercayaan publik terhadap partai dan calon yang diusung. Gerindra menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi utama dalam pemilu 2024 dan pilkada 2025 untuk menjangkau pemilih muda, tetapi tetap mempertahankan komunikasi tatap muka untuk memilih yang lebih tua dan kelompok di daerah terpencil. Seperti yang diungkapkan oleh Sukatno (2018), “media sosial memiliki peran signifikan dalam meningkatkan kesadaran politik di kalangan pemilih muda.”

Meskipun media sosial efektif dalam menyebarkan pesan dengan cepat dan luas, ada tantangan dalam menjangkau seluruh lapisan masyarakat, terutama di daerah seperti Palangkaraya, komunikasi lebih sering dilakukan melalui pertemuan langsung, karena masyarakat di sana lebih mempercayai interaksi tatap muka. Hal ini sesuai dengan temuan Nugroho (2019) yang menyatakan bahwa, “Komunikasi tatap muka lebih dipercaya oleh masyarakat di daerah dibandingkan dengan komunikasi melalui media sosial.”

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami lebih dalam bagaimana strategi komunikasi Politik Gerindra dalam pemilu 2024 dan Pilkada 2025 di Palangkaraya dapat menciptakan hubungan yang efektif dengan masyarakat.

Dengan demikian, penelitian ini akan fokus pada analisis metode komunikasi yang digunakan serta tantangan yang di hadapi partai dalam menyampaikan pesannya.

B. LITERATURE REVIEW

Strategi Komunikasi Politik Gerindra

Konsep Komunikasi politik dijelaskan berdasarkan pendapat Maswadi Rauf (2003) dan Kathleen Hall Jamieson yang menekankan pentingnya penyampaian pesan, interaksi, dan pengaruh dalam pengambilan keputusan politik.

Peran Media Dalam Membentuk Opini Publik

Khususnya penggunaan media sosial sebagai ruang publik yang terhubung (Benkler, 2020) dan dampaknya terhadap partisipasi politik generasi muda (Nasrullah, 2020; Sukatno, 2018). Penulis membandingkan efektivitas media sosial dengan komunikasi tatap muka, mengacu pada penelitian Norris (2019), Yuniani (2020), dan Nugroho (2019).

Teori “Situational Communication Theory” (Gruing 2021)

Digunakan untuk menjelaskan bagaimana Gerindra menyesuaikan strategi komunikasi berdasarkan kondisi sosial budaya dan geografis. Penulis juga membahas strategi komunikasi dalam situasi krisis (Coombs, 2019) khususnya terkait penyebaran hoaks. Peran tokoh masyarakat dalam penerimaan pesan politik juga dibahas, mengacu pada penelitian Lestari (2019).

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Metode ini digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna dari fenomena komunikasi antara partai Gerindra dan masyarakat di kota Palangka Raya. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan Aditia Adintara, S.An, Wakil Sekretaris DPD Partai Gerindra Provinsi Kalimantan Tengah yang di pilih sebagai informan utama karena keterlibatannya langsung dalam perencanaan dan pelaksanaan strategi komunikasi politik partai.

Hasil wawancara tersebut dianalisis secara induktif untuk menemukan pola-pola umum yang mencerminkan cara Partai Gerindra menyampaikan pesan politik. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif deskriptif, yang

memfokuskan pada penyajian data dalam bentuk narasi yang menggambarkan secara rinci kegiatan komunikasi politik partai.

D. HASIL DAN DISKUSI

Maswadi, Seorang Ilmuan komunikasi politik indonesia, berpendapat bahwa komunikasi politik merupakan objek kajian dalam ilmu politik. Hal ini dikarnahkan pesan-pesan yang disampaikan dalam komunikasi selalu memiliki unsur politik dan berkaitan erat dengan kekuasaan politik dalam suatu negara, pemerintah, serta peran komunikator sebagai pelaku dalam arena politik.

Dalam pandangannya, komunikasi politik dapat di lihat dari dua dimensi utama : pertama, sebagai kegiatan politik, yaitu penyampaian pesan politik oleh aktor politik kepada masyarakat. Kegiatan ini terjadi dalam kehidupan sehari-hari dan bersifat empiris. Kedua, komunikasi politik juga dianggap sebagai kegiatan ilmiah ketika berhubungan langsung dengan sistem sistem politik di suatu negara.

Kathleen Hall Jamieson, Seorang ahli dalam komunikasi politik, mendefinisikan komunikasi politik sebagai “ proses di mana individu berupaya mempengaruhi satu sama lain dalam rangka membuat keputusan mengenai tindakan bersama”. Definisi ini menyoroti pentingnya interaksi dan persaingan dalam komunikasi politik, di mana berbagai pihak berusaha mengajak orang lain untuk mendukung pandangan atau kebijakan tertentu.

Diera digital saat ini, informasi dapat diakses dan di sebarakan dengan cepat dan mudah melalui berbagai platform online. Hal ini memberikan kesempatan besar bagi politisi, partai politik, dan kelompok kepentingan untuk berkomunikasi secara langsung dengan masyarakat tanpa harus bergantung pada media massa tradisional. Namun, kemudahan ini juga memnbuka kemungkinan penyebaran informasi yang tidak akurat atau menipulatif, yang bisa membingungkan dan mempengaruhi opini publik dengan cara yang tidak diinginkan (Noorikhsan 2023).

Komunikasi Politik adalah dasar bagi proses politik yang sehat dan demokratis. Dengan komunikasi politik yang efektif dan inklusif, kita dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan politik, dan memperkuat stabilitas politik, dan membangun masyarakat yang adil. Oleh karena itu, sangat penting untuk terus mendukung komunikasi yang transparan, responsif, dan memberdayakan (Nainggolan & Ivanna, 2024).

Media politik adalah alat utama untuk menyampaikan pesan politik kepada masyarakat. Media massa, baik yang tradisional maupun digital, memainkan peranan penting dalam membentuk opini publik dan memengaruhi hasil proses politik. Dengan memanfaatkan media politik, pesan-pesan politik dapat mencapai audiens yang lebih luas, meningkatkan visibilitas para aktor politik, dan menggerakkan dukungan masyarakat (Degodona 2023).

Strategi komunikasi politik adalah rencana atau langkah yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi politik tertentu. Strategi ini mencakup pemilihan saluran komunikasi, penggunaan narasi yang efektif, serta pengelompokan audiens agar pesan politik dapat disampaikan secara optimal kepada target yang diinginkan.

Tujuan Komunikasi Politik

Tujuan komunikasi politik adalah untuk menyampaikan informasi, membangun pemahaman, dan memengaruhi sikap serta perilaku masyarakat terkait isu-isu politik. Melalui komunikasi yang efektif, pihak-pihak seperti pemerintah, partai politik, dan organisasi masyarakat dapat menjelaskan kebijakan, mengedukasi publik, dan mendorong partisipasi dalam proses demokrasi. Selain itu, komunikasi politik juga berfungsi untuk menjalin hubungan antara pemimpin dan rakyat, sehingga tercipta dialog yang konstruktif dan transparansi dalam pengambilan keputusan. Dengan demikian, komunikasi politik memiliki peran penting dalam membentuk opini publik dan memperkuat stabilitas sosial di dalam masyarakat. Partai Gerindra di Palangkaraya menggunakan dua pendekatan utama dalam menyampaikan pesan politik menggunakan media sosial dan pertemuan langsung dengan masyarakat. Strategi ini mencerminkan pemahaman yang mendalam tentang karakteristik sosial dan geografis di Kalimantan Tengah khususnya di Palangkaraya, yang terdiri dari berbagai kelompok usia dan tingkat akses ke teknologi informasi.

1. Media Sosial Untuk Kaum Muda

Penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi politik sejalan dengan teori networked public sphere dari Yochai Benkler (2020), yang menanyakan bahwa platform digital menciptakan ruang public yang lebih terbuka dan partisipatif. Penelitian oleh Nasrullah (2020) juga menyoroti bahwa media sosial memberikan peluang besar bagi partai politik untuk membangun

komunikasi dua arah, terutama dengan generasi muda yang aktif di dunia digital. Partai Gerindra tidak hanya menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi, tetapi juga untuk menciptakan dialog dengan konsstituen. Pendekatan ini sejalan dengan temuan penelitian Purwaningsih & Nugroho (2021), yang menunjukkan bahwa interaktivitas di media sosial dapat meningkatkan kepercayaan dan keterlibatan public terhadap partai politik.

2. Pertemuan Langsung

Di daerah yang belum terjangkau internet dengan baik, pertemuan tatap muka menjadi cara utama untuk berkomunikasi. Ini sesuai dengan teori face-to-face-political communication yang di jelaskan oleh Norris (2019), yang menekankan bahwa interaksi langsung dapat menciptakan ikatan emosional dan membangun kepercayaan yang lebih kuat antara partai dan Masyarakat. Partai Gerindra menerapkan metode ini melalui kunjungan lapangan dan dialog public. Penelitian oleh Yuniani (2020), Menunjukkan bahwa komunikasi langsung lebih efektif dalam menyampaikan pesan politik kepada Masyarakat perdesaan, terutama yang belum terbiasa dengan media digital.

3. Tantangan Komunikasi Politik

Kesenjangan Akses Digital

Ketidak merataan akses internet di daerah terpencil menjadi hambatan dalam penyebaran informasi politik secara daring. Data dari BPS dan studi oleh Rahmawati (2021) menunjukkan bahwa masih banyak wilayah di Indonesia yang kekurangan insfrastruktur digital yang memadai.

Penyebaran hoxs dan informasi

Masalah penyebaran informasi palsu adalah tantangn yang serius. Studi oleh Pratama & Herdiansyah (2022) mencatat bahwa media sosial sering digunakan untuk penyebaran hoaxes politik, yang dapat mempengaruhi persepsi public. Partai gerindra berusaha mengatasi hal ini dengan memberikan klarifikasi cepat melalui saluran digital dan komunikasi langsung, sesuai dengan pendekatan crisis communication yang di sarankan oleh Coombs (2019) .

Rendahnya literasi Politik

Rendahnya pemahaman Masyarakat tentang peran partai politik juga menjadi tantangan Partai Gerindra menjawab ini dengan memberikan edukasi politik dalam setiap interaksi langsung. Ini mendukung temuan Sihombing (2020) yang menyatakan bahwa peningkatan literasi politik Masyarakat harus menjadi bagian integral dari strategi komunikasi partai.

4. Penyesuaian Pendekatan Berdasarkan Segmentasi Sosial

Partai Gerindra menyadari bahwa strategi yang berhasil di perkotaan tidak selalu efektif untuk perdesaan. Oleh karena itu, pendekatan mereka bersifat adaptif dan berbasis pada segmentasi sosial. Pendekatan ini mendukung teori situational communication theory dari Gruing (2021), yang menekankan pentingnya penyesuaian strategi komunikasi dengan kondisi sosial budaya dan geografis audiens. Kerjasama dengan tokoh Masyarakat, pemuda local, dan tokoh agama memperkuat efektivitas penyampain pesan politik. Studi oleh Lestari (2019) menunjukkan bahwa keberadaan figur local yang dipercaya Masyarakat dapat meningkatkan penerimaan terhadap pesan - pesan politik yang disampaikan partai.

5. Dampak Dan Efektivitas Komunikasi

Kombinasi antara komunikasi digital dan tatap muka telah membantu partai Gerindra membangun citra sebagai partai yang responsive dan dekat dengan Masyarakat. Penelitian oleh Arifianto (2021) menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi politik sangat bergantung pada kemampuan partai dalam membangun hubungan emosional dan keterlibatan langsung dengan publik.

E. KESIMPULAN

Secara keseluruhan, strategi komunikasi politik Partai Gerindra dalam Pemilu 2024 dan Pilkada 2025 di Palangka Raya menunjukkan pentingnya adaptasi terhadap karakteristik masyarakat setempat. Penggunaan media sosial efektif untuk menjangkau pemilih muda, sementara pertemuan langsung tetap menjadi pilihan utama untuk berkomunikasi dengan kelompok masyarakat yang lebih tua atau yang

tinggal di daerah terpencil. Tantangan terbesar yang dihadapi oleh partai adalah hoaks dan keterbatasan akses informasi di beberapa daerah. Namun, dengan pendekatan yang lebih langsung dan terbuka, Gerindra berhasil menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat dan meyakinkan mereka untuk berpartisipasi dalam proses demokrasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifianto, D. (2021). Membangun hubungan emosional melalui komunikasi politik: studi kasus partai Gerindra. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, 9(1), 40-53.
- Benkler, Y. (2020). Networked public Sphere: Media Sosial dalam demokrasi digital. *Jurnal komunikasi dan teknologi*, 14(2), 55-70.
- Coombs, W. T. (2019). Crisis Communication Dalam Strategi Politik: Menjawab di simformasi secara responsif. *Journal of Crisis Management and Communication*, 13(1), 25-39.
- Degodona, R. (2023). Peran Media Politik dalam membentuk opini publik. *Jurnal komunikasi sosial politik*, 10(2), 90-105.
- Gruing, J. (2021). Situation Communication Theory dan relevansinya dalam strategi komunikasi politik. *Journal Of Publik Relations Strategy*, 15(1), 59-73.
- Lestari, N. (2019). Peran tokoh lokal dalam komunikasi politik partai ditingkat komunikasi. *jurnal sosiologi politik*, 10(2), 74-86.
- Nainggolan, M., & Ivanna, D. (2024). Transparansi dan Partisipasi dalam Komunikasi Politik Modern. *Wacana Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Interdisiplin*, 18(1), 22-34.
- Nasrullah, R. (2020). Komunikasi Politik Dua Arah di Era Media Sosial. *Wacana Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Interdisiplin*, 8(1), 33-47.
- Noorikhsan. (2023). Komunikasi politik di era digital : antara peluang dan tantangan . *Jurnal Media dan Politik*, 15(3), 67-81.
- Norris, P. (2019). Face-to-face political communication : Teori dan Praktik di Wilayah Rural. . *Jurnal Of Political and Engagement*, 10(2), 45-59.
- Nugroho, A. (2019). Komunikasi Politik dan Referensi Pemilih di Daerah. , *Wacana Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Interdisiplin* 17 (2), 145- 160.

- Pratama, H., & Herdiansyah, A. (2022). Penyebaran Hoax Politik Di Media Sosial :Dampaknya terhadap persepsi publik. *Jurnal Etika Informasi*,9(3),101-117.
- Purwaningsih, D., & Nogroho, A. (2021). Peran interaktifitas media sosial dalam membangun kepercayaan publik terhadap partai politik. *Jurnal media dan partisipasi politik*,12(3),88-102.
- Rahmawati, L. (2021). Kesenjangan Akses Digital dan Tantangan Pemerataan Informasi Politik di Indonesia. *Jurnal Informasi dan pembangunan*,11(2),66-78.
- Rauf, M. (2003). *Ilmu Politik: Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sihombing, M . (2020). Literasi politik sebagai pilar partisipasi demokratis masyarakat indonesia. *Jurnal Pendidikan Politik*,6(2),44-56.
- Sukatno. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi politik pemilih pemula. *Jurnal Komunikasi Politik*,6(1),21-35.
- Thomas. (2020). Dimensi Komunikasi Politik Dalam Sistem Politik Indonesia. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*,12(1),45-57.
- Ulzikri, A. R. (2022). Efektifitas Strategi Kampanye Politik Melalui Media Sosial : Belajar Pada Pilkada Bandar Lampung Tahun 2020. *Jurnal Ilmu Politik Dan Studi Sosial Terapan (JIPOSSTER)*, 1(1), 1–13.
- Wardhani, B., & Siregar, F. (2020). *Komunikasi Politik Dalam Dinamika Demokrasi Indonesia*. Jakarta: Prenada Media.
- Yuniani, R. (2020). Efektivitas komunikasi tatap muka dalam kampanye politik di erdesaan. *Juenal Komunikasi Masyarakat*,7(1),19-32.