

Peran Tim Media Center PKB dalam Pemenangan Pemilu 2024 di DPC PKB Jember

Riksa Diah Safitri¹

¹Universitas Jember, Indonesia

*Corresponding author email: riksasafitri22@gmail.com

Article info

Article history:
Received : 26 Juni 2024
Accepted : 27 Juni 2024
Published : 28 Juni 2024

Keywords:
Pemilihan Umum;
Partai Kebangkitan Bangsa; Tim Media Center

Abstrak

Partai politik yang berpartisipasi didalam pemilu akan melaksanakan kampanye sejak jauh-jauh hari. Berbagai macam metode kampanye yang dilakukan oleh setiap partai politik, seperti melakukan kampanye secara langsung kepada masyarakat, kampanye melalui media cetak, ataupun kampanye yang dilakukan melalui media sosial. Hal demikian dilakukan oleh seluruh partai yang berpartisipasi, salah satunya adalah Partai Kebangkitan Bangsa (PKB). Kampanye yang dilakukan oleh PKB lebih fokus dilakukan dimedia sosial dengan membentuk tim media center pada setiap DPC untuk memperkuat *branding* partainya dimedia sosial. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif dengan metode studi kasus dan analisis pembahasan menggunakan metode deskripsi. Sumber data yang digunakan berasal dari data primer dan sekunder. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tim media center hanya berperan penuh dalam hal membranding partai di media sosial dimulai dari membuat materi konten, mengelola interaksi akun dan melindungi partai dari serangan media partai lain.

DOI:

Abstract

Political parties participating in the election will carry out campaigns well in advance. Various campaign methods are carried out by each political party, such as conducting campaigns directly to the public, campaigns through print media, or campaigns carried out through social media. This was done by all participating parties, one of which was the Partai Kebangkitan Bangsa (PKB). The campaign carried out by PKB is more focused on social media by forming a media center team at each DPC to strengthen the party's branding on social media. The type of research carried out is qualitative research using the case study method and discussion analysis using the description method. The data sources used come from primary and secondary data. Based on the data analysis carried out by researchers, it can be concluded that the media center team only plays a full role in branding the party on social media, starting with creating content material, managing account interactions, and protecting the party from media attacks from other parties.

PENDAHULUAN

Indonesia menganut sistem demokrasi dimana dalam segala pengambilan kebijakan selalu melibatkan rakyat didalamnya. Hal demikian juga terjadi dalam pemilihan umum (pemilu) pemimpin disetiap tingkatan pemerintahan. Pada tahun 2024 mendatang Indonesia akan melaksanakan pesta demokrasi pemilihan umum presiden dan wakilnya dimana partisipannya adalah delegasi yang diusung dari masing-masing parati politik yang kemudian dipilih secara langsung oleh rakyat. Untuk menghadapi pesta demokrasi tersebut, tentunya para partai politik sudah mempersiapkan sejak jauh-jauh hari. Kampanye politik menjadi salah satu media untuk memberitahukan kandidat yang diusulkan pada pelaksanaan pemilu kepada masyarakat dengan menggunakan metode-metode yang terorganisir sehingga akan mempengaruhi proses pemilihan suara dengan tujuan memenangkan kontestasi pemilu. Hakikat dari pemilu sendiri adalah tercapainya otoritas baik secara legal dan formal atas partisipasi yang dilakukan oleh para kandidat dan dikontrol oleh Lembaga pengawas sehingga mendapatkan kepercayaan dari masyarakat untuk selanjutnya akan disahkan oleh hukum yang berlaku.

Pemilu merupakan salah satu instrument dari asas dekomreasi, maka dari itu partisipasi dari semua elemen masyarakat termasuk didalamnya kaum milenial atau masyarakat dengan rentang umur 26 sampai 40 tahun, menjadi tolak ukur kesuksesan pelaksanaan pemilu. Strategi yang dilakukan dalam kampanye politik diantaranya adalah Analisa peta politik, penentuan target perolehan suara, pembentukan tim kampanye, perumusan strategi Kampanye, pengorganisasian kampanye, dan pengawalan perolehan suara. Analisa peta politik dilakukan untuk mengetahui calon pemilih potensial. Hal yang dapat dilakukan adalah melakukan analisis terkait daerah pemilihan, misalnya bagaimana potensi perolehan suara didaerah tersebut pada dua massa pemilu terdahulu. Dalam hal ini, pemetaan data tokoh masyarakat yang memiliki pengaruh cukup signifikan sangat diperlukan. Kedua adalah penentuan target perolehan suara yang terdiri atas sebaran wilayah, segmentasi pemilih, sasaran pemilih, dan kecenderungan pemilih. Ketiga yakni Pembentukan tim kampanye. Tim kampanye menjadi ujung tombak yang akan mengatur segala proses kampanye dari awal sampai akhir dan terdiri atas perseorangan atau Institusi yang mendukung pencalonan si kandidat. Tim kampanye terdiri atas tim inti dan tim pendukung dengan struktur kepengeurusan yang meliputi konsultan, manajer kampanye, direktur komunikasi, staf hukum, direktur lapangan, pengatur jadwal, koordinator relawan, database admin, dan direktur penggalangan dana. Pada proses ini, Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) membentuk tim media center sebagai tim kampanye pendukung di setiap dewan pengurus cabang (DPC) pada masing-masing daerah.

Hal yang tidak kalah penting adalah aspek Jejaring. Aspek ini berkaitan erat dengan luasan koneksi sosial yang dapat saja digunakan untuk menjaring Funding atau pendanaan. Selain itu tentunya jejaring dapat berfungsi untuk mendapatkan dukungan yang lebih luas. Jejaring dapat berupa ormas, LSM, organisasi profesi, jaringan organisasi mitra, asosiasi jurnalis, organisasi wanita, organisasi sayap partai, organisasi daerah, organisasi agama, dan organisasi lain yang fokus pada isu – isu relevan. Selanjutnya adalah tahap Pengorganisasian Kampanye yang bertujuan untuk memastikan bahwa segala aktivitas kampanye yang dilakukan oleh tim tetap berfokus pada tujuan yang awal yang sudah ditentukan. Selain itu, tim kampanye juga perlu menjalain hubungan yang baik dengan jaringan pemantau independen yang dapat digunakan sebagai sumber atau bahan perbandingan tentangin formasi perolehan suara. Dalam memenangkan kontestasi pemilu pastinya tim sukses yang mengusung calon pemimpinnya melakukan upaya-upaya agar yang dicalonkan menjadi terpilih. Tidak dipungkiri juga, partai politik dibandingkan dengan perorangan, merupakan salah satu elemen penggerak paling berpengaruh dan punya otoritas banyak terhadap pemenangan seorang calon karena basis jaringan dan masanya yang begitu kuat.

Partai Kebangkitan Bangsa menjadi partai politik yang sudah menggadag-gadag ketua umum pengurus pusatnya yakni Abdul Muhaimin Iskandar dengan branding penamaanya gus Muhaimin untuk dimajukan menjadi calon presiden Indonesia di pesta demokrasi tahun 2024 nanti. Pengamat Politik sekaligus Direktur Eksekutif Sulindo dalam Suara.com 7/7/2021 menyampaikan ada 10 kandidat yang berpeluang menjadi calon presiden Indonesia 2024 dan dibagi menjadi tiga kluster, yang pertama kluster kepala daerah, kedua kluster kader partai politik, ketiga pejabat pemerintah atau profesional. Dari ketiga kluster tersebut gus Muhaimin masuk ke dalam kader partai politik. Dari itu jauh-jauh hari untuk memperkuat basis massa, Partai Kebangkitan Bangsa melakukan berbagai macam upaya strategi untuk mendapatkan dukungan sejak dini. Salah satunya pembentukan tim Media Center di masing-masing Dewan Perwakilan Cabang se-provinsi Jawa Timur. Dilansir dari Surabaya.tribunnews.com 15/6/2021 Guna mencapai target kemenangan di Pemilu 2024 mendatang.

PKB Jatim saat ini terus menata mesin pemenangan. Sekertaris DPW PKB Jawa Timur, Anik Maslachah mengatakan bahwa pihaknya sudah mulai fokus penguatan mesin politik dalam menstrukturalisasi segala lini termasuk tim media center untuk pemenangan mutlak 2024 baik pilkada, pileg maupun pilpres. Dengan adanya pandemi Covid-19 ini tim media center gagasan PKB Jawa Timur sangat berhubungan untuk efektifitas masa kampanye yang relatif panjang mencapai 2024 nanti dan ternyata dalam penelitian (Eska S, 2020) berpendapat bahwa adanya pemanfaatan media social memiliki implikasi secara nyata bagi tim media center dalam mengatur strategi yang tepat dan substantif.

Selain itu durasi waktu kampanye yang lebih panjang serta keberadaan media social sebagai metode kampanye pemilu juga diatur melalui UU No. 7 Tahun 2017 tentang Pemilu dan PKPU Nomor 28 tahun 2018 berkaitan dengan Kampanye Pemilu. Kaitannya dengan media center, tupoksi yang dilakukan di dalamnya adalah mengupayakan pemanfaatan media sosial sebagai media kampanye merupakan salah satu strategi tim kampanye politik, yang pada umumnya dimotivasi oleh hasrat untuk meraih kekuasaan. Tujuan dari tim kampanye ini adalah untuk memenangkan dukungan masyarakat terhadap kandidat-kandidat yang dicalonkan agar dapat menduduki jabatan politik yang diperebutkan lewat proses pemilihan. Hal itu yang menjadi latar belakang penulis untuk meneliti bagaimana peran tim media center dalam strategi kemenangan pemilu 2024 pada DPC PKB di Kabupaten Jember.

KAJIAN TEORI

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti merujuk pada penelitian-penelitian terdahulu yang akan diuraikan, pertama penelitian yang dilakukan oleh (Aba & Ignasia, 2019). Strategi Kampanye Politik Relawan GOJO (Golkar Jokowi) Dalam Mencegah Penyebaran Hoax Anti Jokowi (Studi Kasus Pada Kelompok Relawan Gojo di Facebook). Penelitian ini menjelaskan bahwa kampanye politik merupakan salah satu kegiatan yang paling semarak dan melibatkan banyak orang dalam periode waktu tertentu. Pada pemilihan calon legislative ataupun eksekutif pasti ada yang namanya kampanye politik. Hal yang demikian terjadi pada Negara Indonesia ditahun 2019.

Relawan Gojo merupakan salah satu tim relawan yang mengusung Jokowi untuk kembali maju sebagai calon Presiden 2019. Berbagai aktivitas kampanye politik dilakukan oleh Relawan Gojo dimulai dari partisipasi langsung dilingkungan masyarakat hingga berkampanye secara tertutup di group media sosial facebook. Pada penelitian ini berusaha untuk memaparkan bagaimana strategi kampanye politik diterapkan dalam dalam group facebook. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode studi kasus dan menggunakan konsep public relation politik, komunikasi politik, kampanye politik, strategi kampanye politik, dan hoax. Dengan metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi partisipan, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah melakukan kampanye dengan cara mengedukasi masyarakat dengan cara membagikan postingan secara rutin mengenai upaya pencegahan penyebaran informasi hoax anti Jokowi dalam group facebook. Kedua, penelitian yang dilakukan oleh (Nurfahirah, 2016): Media Sosial Facebook sebagai Ruang Komunikasi Politik dalam Pilkada Kabupaten Gowa 2015. Penelitian ini menjelaskan bahwa media sosial seperti facebook berpengaruh terhadap komunikasi politik. Media sosial selain sebagai sarana bersosialisasi atau

pemasaran secara online, bisa dimanfaatkan sebagai alat kampanye politik yang praktis. Media sosial facebook sangat efektif untuk mengerahkan pemilih dalam memilih kandidat tertentu. Masing-masing kandidat memanfaatkan media sosial facebook dengan cara membuat group. Dalam pemilihan Bupati Gowa tahun 2015 ini, ada setidaknya 6 group facebook yang masing-masing digunakan sebagai alat kampanye politik

Kebijakan Publik dalam Proses Pemilihan Umum

Kebijakan atau *policy* diartikan sebagai rangkaian konsep serta asas yang menjadi garis besar dan dasar rencana dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, kepemimpinan, dan cara bertindak. Kebijakan kerap digunakan sebagai pedoman dalam pemerintahan, organisasi ataupun lembaga. Kebijakan menjadi sebuah arahan untuk mencapai tujuan dan visi misi kelembagaan. Carl J. Federick dikutip pada Leo Agustino (2008: 7) mendefinisikan kebijakan sebagai serangkaian tindakan yang diusulkan seseorang, kelompok, atau pemerintah dalam suatu lingkungan tertentu di mana terdapat hambatan dan kesempatan dalam pelaksanaannya. Dikatakan bahwa kebijakan harus berlangsung sepanjang waktu, bersifat antar dan intra organisasi, dirumuskan secara subyektif (Wahab, 2008: 40-50). Kebijakan dalam ranah bernegara ialah kebijakan publik yang selaras dengan arah capaian cita-cita bangsa. Kebijakan publik diimplementasikan pada berbagai aspek kehidupan, ekonomi, politik, dan ilmu sosial lainnya. Lantas Indonesia yang memiliki kegiatan rutin pemilihan umum juga memerlukan adanya kebijakan publik.

Robert Eyestone sebagaimana dikutip Agustino (2008 : 6) mendefinisikan kebijakan publik sebagai Hubungan antara unit pemerintah dengan lingkungannya. Terdapat dua karakteristik dari kebijakan publik, yaitu: Kebijakan publik merupakan sesuatu yang mudah untuk dipahami, karena maknanya adalah hal-hal yang dikerjakan untuk mencapai tujuan nasional; Kebijakan publik merupakan sesuatu yang mudah diukur, karena ukurannya jelas yakni sejauh mana kemajuan pencapaian cita-cita sudah ditempuh. Dalam penerapan kebijakan publik, pemerintah harus bijaksana (Thomas Dye, 1992; 2-4). Sebagai sebuah sistem, kebijakan publik terdiri dari input, konversi dan output (Woll; Tangkilisan, 2003:2). Terdapat dua variabel makro yang mempengaruhi kebijakan publik, yakni lingkungan domestik dan internasional yang dapat memberikan input berupa dukungan ataupun ancaman pada kebijakan publik. Kemudian para aktor dalam sistem politik akan memproses atau mengkonversi input tersebut menjadi output yang berwujud peraturan dan kebijakan. Peraturan dan kebijakan tersebut akan diterima oleh masyarakat, selanjutnya masyarakat akan memberikan umpan balik dalam bentuk input baru kepada sistem politik tersebut. Pembuatan kebijakan publik tidak luput dari asas demokratis, di mana masyarakat

bersangkutan dapat ikut menjadi pengawas dan pengevaluasi berjalannya kebijakan (Anderson (1979) dan Dye (1981).

Pemilihan umum, salah satu pesta politik demokrasi yang melekat di negara demokratis seperti Indonesia. Asas utama dalam pelaksanaan pemilu ialah berdasarkan konsepsi dari rakyat, oleh rakyat dan untuk rakyat. Negara Indonesia, akan menyelenggarakan pemilu selama dua kali, untuk pemilihan legislatif dan eksekutif. Mekanisme pemilihan umum dilaksanakan mentaati hukum kebijakan publik yang berlaku dan disahkan. Hal ini juga diterapkan pada pemilihan umum dilingkup yang lebih kecil di desa atau wilayah kelurahan. Pada dasarnya kebijakan publik memiliki beberapa aspek nilai, beberapa diantaranya kesejahteraan rakyat dan pelayanan publik. Kebijakan publik dalam penerapan pemilihan umum bekerja sebagai aspek nilai kesejahteraan rakyat. Aspek nilai kesejahteraan rakyat yang dimaksudkan memuat prinsip (Suryono, A, 2014): Mengidentifikasi dan menentukan tujuan kesejahteraan rakyat; Memecahkan masalah kesejahteraan rakyat; Merumuskan kebijakan publik untuk kesejahteraan rakyat; dan, Memenuhi kebutuhan social secara keseluruhan. Pemecahan masalah mengandung arti Mengusahakan atau mengadakan perbaikan karena ada sesuatu keadaan yang tidak diharapkan.

Sehingga dalam pelaksanaan pemilihan umum, kebijakan publik dijadikan sebagai acuan dalam berbagai hal yang melingkupi, baik dalam proses pemilihan aktor dalam pemilihan umum (Pengawas), sistem pemilihan umum, penyelesaian perselisihan dalam pemilihan umum, hingga juga pelaksanaan pemilihan umum ikut menjadi bahan evaluasi dalam kebijakan publik yang berlaku (Jimly, 2012). Dalam pelaksanaan kebijakan publik di pemilihan umum, disyaratkan bersifat netral dan bebas dari intervensi politik (UU 5/2014; Pasal 12). Artinya aktor yang terlibat di dalam pemilihan umum, baik pengawas ataupun pelaksana ialah dia yang sesuai aturan kebijakan publik bersikap netral dan tidak memihak dalam ranah politik. Perubahan system, mekanisme, dan pola penyelenggaraan pemilu, pemilukada, maupun peserta pemilu dan pemilukada terjadi akibat adanya pembaharuan hukum tentang pelaksanaan pemilu dan pemilukada pasca putusan Mahkamah Konstitusi didalam struktur ketatanegaraan Indonesi. Hal ini bergantung kepada adanya tahapan evaluasi pada kebijakan publik yang mengatur pemilihan umum.

Opini Publik sebagai Efek Komunikasi

Opini publik dideskripsikan sebagai hasil pendapat dari dua orang atau sekumpulan orang lebih yang memiliki perhatian penuh terhadap suatu permasalahan yang sedang kontroversial. Hasil dari pendapat yang dimaksud adalah hasil dari proses komunikasi sekumpulan orang tersebut yang telah dinyatakan, bukan merupakan hasil dari jumlah pendapat dari orang-orang yang

terlibat didalam suatu diskusi tersebut. Tujuan dari opini publik adalah menunjukkan efek perubahan yang terdapat pada komunikan. Perubahan yang dimaksud adalah perubahan mengenai sikap, pandangan, tingkah laku, dan lainnya. Perubahan yang terjadi ini menunjukkan bahwa proses komunikasi yang dilakukan berhasil. Wilbur Schramm dalam (Sastropetro, 1991) mengemukakan bahwa didalam proses komunikasi antar manusia, sedikitnya melibatkan tiga unsur yaitu: a) Komunikator yang menyampaikan pesan, b) Pesan, yaitu materi atau isi yang dikomunikasikan, c) Komunikan, yaitu yang menerima komunikasi.

Berdasarkan unsur-unsur komunikasi yang disampaikan oleh Wilbur Schramm, tim media center PKB bertindak sebagai komunikator, sedangkan pesan yang disampaikan termuat dalam *flyer* atau video yang diunggah pada masing-masing media sosial PKB, dan yang bertindak sebagai komunikan adalah para pengguna media social.

Tim Media Center

Pada penegasan judul telah dijelaskan bahwa tim media center adalah sekelompok orang yang berfokus dalam bidang pengelolaan media. Maka tupoksi dari tim media center itu sendiri adalah sebagai pusat informasi terkait suatu partai politik. Perkembangan teknologi digital pada masa 4.0 seperti saat ini menyebabkan sebagian besar penduduk tidak lagi merasa kesulitan dalam mengakses informasi. Bahkan, persebaran suatu informasi berkembang dengan begitu pesatnya melalui jaringan internet dan dengan cakupan wilayah yang cukup luas. Berdasarkan hal tersebut, tim media center dibutuhkan sebagai media penyampaian informasi terkait visi dan misi suatu partai politik terhadap masyarakat luas. Tim media center juga berperan sebagai pendukung anggapan keunggulan suatu partai di mata masyarakat berdasarkan dengan informasi-informasi yang diolah sedemikian rupa yang kemudian disebarakan kepada masyarakat melalui beberapa situs berbagi informasi

Strategi Pemenangan Pemilu

Stephanie K. Marrus memaparkan strategi sebagai cara yang dirumuskan oleh para pemimpin dengan mempertimbangkan tujuan jangka Panjang organisasi dan memperlihatkan upaya-upaya apa saja yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut. Sependapat dengan Stephanie K. Marrus, Hamel dan Prahalad menjelaskan strategi sebagai tindakan yang dilakukan secara terus menerus dan akan melewati beberapa fase atau tingkatan dengan mempertimbangkan harapan para pelanggan dimasa depan. Dalam berbisnis, penyusunan strategi dimulai dengan memerhatikan fenomena apa yang akan terjadi, bukan fenomena yang sedang terjadi.

Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi adalah serangkaian cara yang akan dilakukan oleh individu atau kelompok untuk memperoleh suatu kemenangan atau merealisasikan tujuan-tujuan yang telah direncanakan sebelumnya.

Peter Schoder dalam bukunya yang berjudul strategi politik juga menjelaskan bahwa strategi politik adalah usaha yang dilakukan untuk mencapai tujuan politik. Salah satu tujuan politik yakni memperoleh kekuasaan sehingga mampu mempengaruhi masyarakat secara luas yang akan berdampak pada perolehan suara yang tinggi pada pelaksanaan pemilu. Kekuatan dan kelemahan dari suatu organisasi dapat dipertimbangkan oleh organisasi lain dalam Menyusun strategi politiknya. Perencanaan strategi merupakan analisa sistematis dan perumusan sasaran kedepan, respon-respon dari pilihan-pilihan, pemilihan optimal dan penetapan instruksi-instruksi untuk mengimplementasikannya secara rasional. Namun ada pula strategi yang muncul seiring berjalannya organisasi tersebut sesuai kebutuhan (Jumriani et al., 2019)

Peter Schorder membagi Strategi menjadi dua bagian yaitu (1) Strategi Ofensif, dan (2) Strategi defensif. Strategi Ofensif merupakan strategi menembus dan memperluas pasar. Upaya yang dilakukan pada strategi ofensif yakni dengan membuat penawaran yang memuat keunggulan partai kepada para pemilih yang sebelumnya memilih partai pesaing. Oleh karena itu, dalam proses pembentukan parti politik, visi dan misi serta tujuan partai harus dirumuskan secara jelas. Sedangkan strategi menembus pasar yang dimaksud adalah proses “pengoptimalan potensi” yang sudah ada sehingga tercipta keselarasan antara program-program yang dibentuk dengan masing-masing individu.

Strategi defensif digunakan apabila partai pemerintahan atau koalisi pemerintahan yang terdiri atas beberapa partai ingin mempertahankan mayoritasnya. Selain itu, strategi defensif dapat muncul apabila sebuah pasar tidak akan dipertahankan lebih lanjut dan penutupan pasar ini diharapkan membawa keuntungan sebanyak mungkin. Strategi defensif digunakan oleh partai politik yang bertujuan untuk mempertahankan para pemilih tetap mereka dengan terus memberikan pemahaman kepada para pemilih musiman yang sebelumnya memilih partai pesaing. Pada beberapa aliansi, strategi defensif yang dilakukan oleh partai politik yakni dengan cara memberikan insentif dan menjaga hubungan baik dengan para multiplikator.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan tujuan menjelaskan suatu fenomena dengan sedalam-dalamnya dengan cara mengumpulkan data secara detail. Sugiyono (2018:9) memberikan pengertian metode penelitian kualitatif sebagai Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah,

(sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif. Dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Kualitas dari penelitian kualitatif ditentukan dari seberapa dalam dan akuratnya data yang diperoleh oleh peneliti. Berbeda dengan penelitian kuantitatif yang lebih menekankan pada kuantitas. Pada penelitian kualitatif, kekuatan kata dan kalimat yang digunakan oleh peneliti menjadi point penting dalam menganalisis data penelitian. Penelitian kali ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran tim media center dalam strategi pemenangan pemilu 2024 DPC Partai Kebangkitan Bangsa. Pertama, peneliti mengkaji teori-teori dan penelitian terdahulu untuk mengetahui sebab permasalahannya. Kemudian, dari permasalahan tersebut dapat diuji untuk mengetahui apakah tim media center efektif atau tidak dalam strategi pemenangan pemilu. Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah jenis studi kasus. Pada jenis studi kasus tujuan yang akan dicapai oleh peneliti adalah mendapatkan deskripsi data yang utuh dan mendalam dari suatu organisasi, atau kelompok, ataupun individu. Penelitian ini dilakukan dengan mendatangi langsung tempat penelitian yaitu Kantor DPC Partai Kebangkitan Bangsa di Jl. Danau Toba No.87, Lingkungan Panji, Tegalgede, Kec. Sumbersari, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68124.

Subyek penelitian berarti objek seseorang atau tempat atau benda yang akan diteliti. Seseorang yang akan diteliti bisa disebut sebagai informan karena mengetahui segala data yang kita butuhkan dalam penelitian. Untuk mengetahui informan yang akan digunakan dalam penelitian, peneliti menggunakan teknik purposive sampling. Sugiyono (2018:85) menjelaskan teknik purposive sampling sebagai teknik penentuan sampel dengan karakteristik tertentu. Teknik ini biasa digunakan pada penelitian kualitatif atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi. Dalam penelitian ini subjek penelitiannya adalah tim media center DPC Partai Kebangkitan Bangsa dengan kriteria sebagai berikut: Memiliki SK sebagai tim media center dari Dewan Pengurus Cabang Partai Kebangkitan Bangsa, Memiliki akses terhadap media official Dewan Pengurus Cabang Partai Kebangkitan Bangsa, Telah mengikuti pelatihan pengelolaan media sosial yang di selenggarakan oleh Dewan Pengurus Wilayah Partai Kebangkitan Bangsa Jawa Timur yang dibuktikan dengan dokumentasi kegiatan. Data Informan yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut : Ketua tim media center : Yusfin Hidayatullah, S.Pd; Anggota tim media center : Muhamad Aminudin, S.Pd., Sugeng Hadi Wijaya, S.Pd; Ketua DPC PKB Jember : H. Ayub Junaidi. SH; Wakil Sekretaris DPC PKB Jember: Kholidi Zaini

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini dibedakan tergantung pada jenis data yang digunakan. Data primer diperoleh dengan

menggunakan metode observasi, wawancara, dan metode dokumentasi. Data sekunder diperoleh dengan menggunakan metode kajian teori pada penelitian terdahulu dengan topik penelitian yang sama.

Analisis data pada penelitian ini menggunakan metode analisis data Miles and Huberman yang terdiri atas reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Spradley (1980) didalam Sugiyono (2018:244) menjelaskan bahwa analisis didalam penelitian apapun menentukan cara berpikir peneliti yang berkaitan dengan pengujian secara sistematis untuk menentukan suatu bagian, bagaimana hubungan antar bagian, dan bagaimana hubungannya secara keseluruhan.

Metode penelitian selanjutnya adalah keabsahan data. Penelitian ini menggunakan metode triangulasi dalam proses keabsahan data yang terdiri atas triangulasi sumber dengan tujuan melakukan validasi atas berbagai sumber data yang digunakan, triangulasi Teknik yakni melakukan validasi atas kredibilitas Teknik atau metode yang digunakan oleh peneliti selama proses penelitian, triangulasi waktu dengan tujuan mencocokkan data yang diperoleh dengan waktu yang digunakan, contohnya adalah metode wawancara yang dilakukan pada pagi hari cenderung menghasilkan data yang lebih kredibel dibandingkan dengan metode wawancara yang dilakukan pada siang hari.

Tahapan penelitian yang dilakukan, pertama adalah tahap kegiatan lapangan dengan tujuan mengumpulkan seluruh data yang berkaitan dengan focus penelitian. Kedua, tahap analisis data, pada tahap ini peneliti melakukan analisis dan pengolahan data terhadap seluruh data yang telah diperoleh. Selanjutnya adalah tahap penyusunan skripsi dimulai dari pendahuluan sampai pada kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi pemenangan pemilu yang dimaksud dalam penelitian ini adalah strategi pemilu ofensif dan defensif. Pada strategi ofensif, partai akan berusaha mencari peluang untuk para pemilih pemula dikalangan pemuda dengan kisaran usia 17 tahun. Sedangkan pada strategi defensif, partai politik akan mempertahankan pemilih tetapnya atau berkoalisi dengan partai lain untuk mempertahankan perolehan suaranya. Dalam hal tersebut, tim media center memiliki peran untuk membranding partai politik sehingga tujuan dari strategi yang sudah disebutkan sebelumnya dapat tercapai. Tujuan utama dari Tim Media Center pada masa kampanye adalah membranding partai politik dan memastikan media sosial partai terhindari dari serangan media sosial partai lain seperti peretasan akun.

Branding Partai Politik perlu dilakukan untuk meningkatkan citra partai baik dikalangan pemilih pemula atau dikalangan para pemuda. Branding partai politik yang dilakukan oleh partai PKB Jember menggunakan alat

media sosial berupa instagram, facebook, tiktok, dan website yang dioperasikan oleh tim media center dengan tujuan menyampaikan pesan partai politik yang komunikatif dan jelas, membangun hubungan pemilih pemula yang prospektif kepada partai secara emosional. Dalam membranding partai Kebangkitan Bangsa ini, tim media center berupaya untuk menyampaikan ciri khas dan image partai kepada publik. Progres dari branding partai politik yang dilakukan oleh tim media center dapat dilihat melalui official akun Partai Kebangkitan Bangsa yang terdiri atas akun Instagram dengan nama pengguna @pkbjember, akun Facebook dengan nama pengguna DPC PKB Jember, akun tiktok dengan nama pengguna DPC PKB JEMBER, akun twitter atau X dengan nama pengguna @pkbjember. Akun official instagram Partai Kebangkitan Bangsa dibentuk pada tanggal 1 Mei 2018 dan telah memiliki 3.789 pengikut dengan rata-rata jumlah like pada setiap gambar sejumlah 50 like dan 80 tayangan pada video yang diunggah. Pada media sosial instagram, jumlah pengikut menjadi tolak ukur tingkat eksistensi akun, semakin banyak jumlah pengikutnya, maka eksistensi akun tersebut akan semakin tinggi.

Ada beberapa faktor yang menyebabkan para pengguna instagram akan mengikuti suatu akun, diantaranya adalah : a) Seberapa penting dan menarik suatu informasi yang disajikan didalam akun tersebut. Gambar atau pamphlet yang diunggah pada akun social suatu partai politik hendaknya memang memuat informasi yang bermanfaat untuk para pengikutnya. Selain sebagai media kampanye, akun partai politik harus mampu menjadi media edukasi sebagai interaksi timbal balik dengan para pengikutnya. Contohnya adalah salah satu pamphlet yang diunggah di media sosial instagram Partai PKB yang memuat berbagai cara mencegah penyakit Hepatitis, mengingat belakangan ini jumlah masyarakat terinfeksi penyakit Hepatitis semakin meningkat. b) Tampilan feed yang disajikan oleh akun tersebut. Tampilan feed yang dimaksud adalah keselarasan warna dan kesesuaian tata letak antara postingan yang satu dengan yang lainnya. c) Seberapa aktif interaksi akun tersebut dengan para pengikutnya. Interaksi akun dengan para pengikutnya bisa melalui fitur direct message atau comment pada setiap postingan.

Akun Facebook DPC PKB Jember adalah akun official resmi Dewan Pengurus Cabang Partai Kebangkitan Bangsa Kabupaten Jember yang bergabung pada 25 Mei 2021 dengan jumlah pengikutnya mencapai 2,4 ribu akun. Sama seperti Instagram, informasi yang dibagikan melalui media sosial facebook berupa gambar atau video yang memuat segala kegiatan yang akan atau sedang dilakukan oleh PKB, baik ditingkat pengurus pusat, pengurus wilayah, dan pengurus cabang. Tim media center PKB juga aktif membagikan dokumentasi video kegiatan partai di plaffrom berbagi video yaitu tiktok. Tiktok merupakan salah satu media sosial pada peringkat 4 yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia setelah Whatsapp, Instagram, dan Facebook. Akun tiktok DPC PKB Jember dibuat pada

tanggal 10 Oktober 2021 dengan jumlah pengikut hingga saat ini berjumlah 1726 akun dan jumlah total like hingga saat ini mencapai 8422 like serta rata-rata jumlah tayangan pada setiap video yang diunggah mencapai 400 tayangan. Konten branding yang disajikan ke khalayak publik disajikan dengan beberapa ciri khas yang membedakan dengan branding partai politik yang lainnya. Diantaranya adalah sebagai berikut : a) Menampilkan logo sebagai identitas partai di setiap konten, b) Menampilkan informasi media sosial official kaun PKB di berbagai platform di setiap konten, c) PKB merupakan partai yang memiliki warna hijau karena basic berdirinya diinisiasi oleh tokoh-tokoh Nahdlatul Ulama sehingga setiap konten yang disajikan pasti warna hijau menjadi warna primer di setiap postingan konten kecuali ada beberapa konten yang berkaitan dengan hari2 besar atau hal lain yang memungkinkan warnanya harus dirubah maka dirubah seperti ketika peringatan hari kemerdekaan RI yang notabene kontennya warna merah putih, d) Konten yang disajikan mengusung konsep PKB jadi semuanya harus berkaitan dengan Partai Kebangkitan Bangsa seperti konten kegiatan partai, quote tokoh-tokoh PKB, quote ulama tentang PKB, berita terkini tentang PKB Pusat/Nasional hingga konten khusus untuk branding Gus Muhaimin yang akan diusung mencalonkan capres tahun 2024 mendatang.

Konten yang disajikan berupa desain pamflet dan video editing. Konsep keduanya sama yakni seperti yang disebutkan pada point ke empat hanya saja yang berbeda bentuk penyajiannya. Ketika sudah dibuat konten pamflet, maka tim media center tidak perlu membuat konten video tentang informasi yang sama. Branding politik yang dilakukan PKB Jember sesuai dengan arahan DPW PKB Jawa Timur yang disampaikan pada saat pelatihan. Branding partai politik melalui media sosial yang dilakukan oleh dewan pengurus cabang PKB sejak tahun 2018, mampu meningkatkan perolehan suara partai pada pemilu tahun 2019 dan 2024 dengan rekapitulasi perolehan suara partai pada setiap pemilu sebagai berikut :

Tabel I : rekapitulasi perolehan suara partai PKB

No	Tahun	Perolehan Suara	Kursi
1	1999	13.336.982	51
2	2004	11.989.564	52
3	2009	5.146.122	28
4	2014	11.298.957	47
5	2019	13.570.090	58
6	2024	16.115.655	81

Sumber : m.pkb.id

Berdasarkan pada tabel diatas, jumlah pemilih pemula pada pemilu tahun 2019 dan 2024 berkisar diantara 20-30% jadi jumlah total perolehan suara partai. Hal yang demikian menunjukkan bahwa media sosial sangat berpengaruh terhadap strategi ofensif yang dilakukan oleh partai PKB pada pemilu 2019 dan 2024 dengan jumlah pemilih pemula berkisar 4.071.027 suara. Peran selanjutnya dari Tim Media Center yakni mencegah serangan media lain terhadap media social PKB. Serangan dari partai lain yang dimaksud dalam hal ini dapat berupa penyebaran hoax atau berita palasu, peretasan akun official partai, dan komentar jahat. Upaya-upaya yang dilakukan oleh Tim Media Center dalam menangani hal tersebut diantaranya adalah tetap konsisten dalam menyajikan konten yang bersifat informatif, edukatif, dan menarik, merespon dengan cepat dan tanggap terhadap berita palsu yang beredar serta mengganti password social media secara berkala.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terkait bagaimana peran dan upaya yang dilakukan oleh tim media center DPC PKB Jember untuk mendukung strategi pemilu 2024 yang dilanjutkan dengan analisa hasil penelitian pada bab IV dengan menggunakan metode reduksi data ditemukan bahwa tim media center DPC PKB Jember bukanlah satu-satunya tim atau penggerak kampanye partai DPC PKB Jember untuk persiapan pemilu 2024, terbukti dari beberapa data yang kami lakukan penelitian di lapangan bahwa yang dilakukan tim media center DPC PKB Jember peran dan upayanya berfokus kepada publikasi atau kampanye partai yang ranahnya media sosial baik itu Instagram, Facebook, Twitter, Tiktok dan Youtube serta target audiencenya adalah kaum *millennial* dan orang-orang yang aktif di media sosial. Selain itu bukan ranah tim media center untuk melakukan kampanye partai seperti pemasangan reklame & baliho di pinggir jalan umum ataupun mendistribusikan poster kampanye partai, bagian tersebut sudah memiliki penanggung jawabnya masing-masing.

Berdasar hasil penelitian di lapangan, Inovasi pemikiran target kampanye kaum *millennial* yang dibentuk oleh DPC PKB Jember ini merupakan upaya satu langkah lebih maju dibanding partai politik yang lain di Kabupaten Jember. Hal tersebut bisa dibuktikan ketika media sosial DPC PKB Jember dibandingkan dengan DPC Partai yang lain khususnya untuk jumlah follower dan keaktifan posting konten setiap harinya lebih banyak. Bukan berarti partai yang lain tidak ada upaya untuk kampanye di medsos melainkan peneliti mengambil kesimpulan dari perbandingan jumlah Followers dan keaktifan posting setiap harinya. Bisa jadi strategi yang dilakukan partai yang lain berbeda dengan DPC PKB Jember untuk melakukan kampanye persiapan menjelang Pemilu tahun 2024.

REFERENSI

- Basri, Hasan. (2021). *Strategi Komunikasi Politik DPD Partai Golkar Pada Pemilu Legislatif Aceh Tengah 2019*. Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 10 No. 1
- Dwi Bowo Raharjo. (2021). *Lebih dari 10 Tokoh ini Diprediksi Berpeluang jadi Capres-Cawapres di 2024*. Diakses pada 22 Juni 2022 di <https://www.suara.com/news/2021/07/07/204757/lebih-dari-10-tokoh-ini-diprediksi-berpeluang-jadi-capres-cawapres-di-2024>
- Esty Ekawati. (2016). *Institusional Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) Pasca Pemilihan Umum 2009*. Jurnal Polinter Prodi Ilmu Politik FISIP UTA'45 Jakarta. Vol 2. No.1.
- Jumriani, Sultan, I., & Maria, J. (2019). *Perempuan dan Politik (Strategi Komunikasi Politik untuk Pemenangan Bupati Indah Putri Pada Pilkada Luwu Utara 2015)*. Jurnal Commercium: Kajian Masyarakat Kontemporer, 2(1).
- Kusmarianti, A. (2022). *Kontribusi Media Center Komisi Pemilihan Umum Pada Partai Politik dalam Pemilihan Kepala Daerah Serentak Tahun 2020 di Kabupaten Pangandaran*. Repository Universitas Galuh Vol. II No. 1
- Nurfahirah, N. (2016). *Media Sosial Facebook Sebagai Ruang Komunikasi Politik dalam Pilkada Kabupaten Gowa Tahun 2015*.
- Sutarso. Joko. (2011). *Pendekatan Pemasaran Politik. Political Marketing dalam Pemilihan Umum*. Jurnal Komuniti Universitas Muhammadiyah Vol. III No. 2
- Sastropoetro, S. R. A. (1991). *Pendapat Publik, Pendapat Umum dan Khalayak dalam Komunikasi Sosial. Pendapat Publik, Pendapat Umum Dan Khalayak Dalam Komunikasi Sosial*, 87
- Undang-undang Republik Indonesia No 7 tahun 2017 tentang pelaksanaan Pemilu
- Yusron Naufal Putra. (2021). *Strategi PKB Jawa Timur guna Capai Target Antar Gus Ami di Pilpres 2024*. Diakses pada 22 Juni 2022 di <https://surabaya.tribunnews.com/2021/06/15/strategi-pkb-jawa-timur-guna-capai-target-antar-gus-ami-di-pilpres-2024>