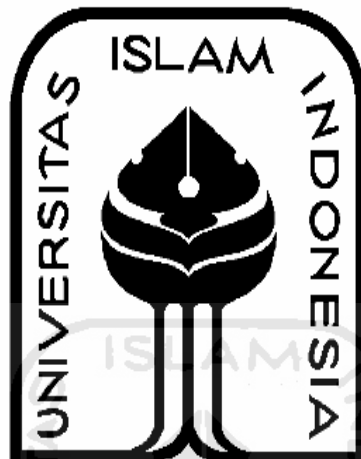


**HUMAS DALAM KAMPANYE POLITIK**

**( Studi Atas Kegagalan Partai PDIP Dalam Pemilukada di Bantul 2015 )**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia**

**Disusun oleh**

**Fathur Rahman**

**09321094**

**Kosentrasi Komunikasi Strategi**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2016**

SKRIPSI

HUMAS DALAM KAMPANYE POLITIK

( Studi Atas Kegagalan Partai PDIP Dalam Pemilu di Bantul 2015 )



Disusun oleh

**Fathur Rahman**

09321094

Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan  
dihadapan tim penguji skripsi

Tanggal, 20 September 2016

الجامعة الإسلامية  
الاندونيسية

Dosen Pembimbing Skripsi

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke extending to the right.

**Ali Minanto, S.Sos., MA.**  
0510038001

**HUMAS DALAM KAMPANYE POLITIK**

**( Studi Atas Kegagalan Partai PDIP Dalam Pemilu di Bantul 2015 )**

Disusun oleh

**Fathur Rahman**  
09321094

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia

Tanggal, 25 September 2016

Dewan penguji :

1. Penguji 1 : Ali Minanto, S.Sos., MA.

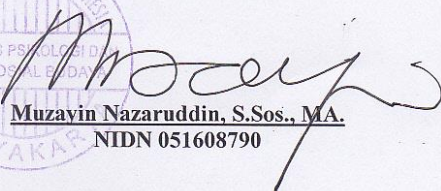
NIDN 0510038001

2. Penguji 2 : Puji Rianto, S.I.P., MA.

NIDN 0503057601

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
الجامعة الإسلامية في اندونيسيا

Mengesahkan,  
Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia

  
Muzayin Nazaruddin, S.Sos., MA.  
NIDN 051608790



## PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : FATHUR RAHMAN  
No. Mahasiawa : 09321110  
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI  
Judul Skripsi : HUMAS DALAM KAMPANYE POLITIK ( Studi Atas  
Kegagalan Partai PDI-Perjuang Dalam Pemilukada Bantul  
2015 )

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa :

1. Selama melakukan penelitian dan membuat laporan penelitian skripsi saya tidak melakukan tindakan melanggar etika dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia. Karena itu, skripsi merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
2. Apabila dalam ujian skripsi saya terbukti melanggar etika akademik, maka saya siap menerima sanksi sebagaimana aturan yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 25 September 2016

Y  
A 6000 Rupiah postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAI TEMPEL', '6000 ENAM RIBU RUPIAH', and a unique identification number '54804ADF613674519'.

**FATHUR RAHMAN**  
NIM 09321110



**DEWAN PIMPINAN CABANG  
PARTAI DEMOKRASI INDONESIA PERJUANGAN  
(DPC-PDI PERJUANGAN KAB. BANTUL)**

Sekretariat : Jl. Ringroad Timur Kota Bantul, Gempolan Wetan, Tlrenggo, Bantul, Bantul, 55714,  
Telepon / Fax ( 0274 ) 368700

No : 001/KET/DPC/PDI P/BTL/IX/16 Bantul, 1 September 2016  
Lamp. : -  
Hal : SURAT KETERANGAN

Kepada Yth.

Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Di

Tempat

Merdeka !!!

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Kab. Bantul, menyatakan bahwa :

Nama : FATHUR RAHMAN  
No. Mahasiswa : 09321094  
Jurusan : Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial  
Budaya Universitas Islam Indonesia  
Judul skripsi : Humas Dalam Kampanye Politik  
( Study atas kegagalan PDI Perjuangan dalam PILKADA  
Bantul 2015 )

Telah melakukan penelitian di Kantor Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Kab. Bantul.

Demikian surat keterangan ini kami buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

**DEWAN PIMPINAN CABANG  
PARTAI DEMOKRASI INDONESIA PERJUANGAN  
KABUPATEN BANTUL**

  
ARYUNADI SE  
Ketua

  
RS. KUSBOWO PRASETYO  
Sekretaris



Tembusan :  
1. Arsip

## **Motto dan Persembahan**

“ Sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu setelah selesai dari satu urusan, maka kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap “

(QS.Al-Insyirah :6-8)

“Andai aku memohon agar hidupku sempurna,mungkin ini sangat menggiurkan, tapi aku merasa hampa karena hidup tak mengajari aku apapun “

(Mindy Pollack-fusi)

“Memiliki pengetahuan berarti memiliki kekuatan “

(Francis Bacon)

**Ku persembahkan karya kecil ini untuk :**

- **Abu dan Umiku Tercinta**
- **Kakak-kakakku Tercinta : Kak Kaiman, Kak Fitriarningsih, Kak Rusmansyah dan Kak Yanti Suratmah**
- **Adikku Tersayang : Mambaul Irfan**

## KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah Azza wa Jalla atas segala limpahan rahmat, kasih sayang, rizqi, anugrah umur, dan hidayah menuju Islam serta kemudahan-kemudahan yang telah diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan amanah kuliah terutama dalam menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta semoga selalu tercurahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad Ibnu Abdullah, Rasul agung penutup risalah kenabian, singa padang pasir yang membawa kedamaian dunia dan akhirat dengan risalah Islam, menyeru manusia untuk memanusiaikan manusia, menyembah Tuhan dengan rasional, menuju masyarakat yang berkeadilan.

Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang dilakukan di kantor DPC Partai PDI-P Kab.Bantul terkait Humas dalam kampanye politik pada pemilukada Kab.Bantul tahun 2015. Kekalahan Partai PDI-P yang telah berkuasa selama 15 tahun di kab.Bantul tentu menjadi hal yang menarik untuk melihat faktor-faktor kegagalan dan peran humas dalam kampanye politik.

Penyusun menyadari bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian yang sederhana, oleh karena itu perlu penyempurnaan terkait penelitian tentang Humas partai politik dan terutama analisis humas dalam kampanye politik, peran humas dalam partai dan penyebab kegagalan Partai dalam sudut pandang kehumasan. Guna perbaikan penelitian dan penyusunan skripsi ini penyusun mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif.

Terselesainya penelitian dan penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan support dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyapaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Harsoyo, M.Sc selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Arief Fahmie, S.Psi, MA.HRM, P.si selaku Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Muzayin Nazarudin, S.Sos., M.A selaku Ketua Prodi Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.

4. Bapak Ali Minanto, S.Sos.,MA Selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahannya dalam menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi ini
5. Bapak Puji Rianto,S.IP.,MA Selaku Dosen penguji skripsi yang telah banyak memberikan saran dan masukan serta kemudahan-kemudahan yang diberikan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Mutia Dewi, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Akademik
7. Seluruh staf di Prodi Ilmu Komunikasi UII
8. Abu dan Umiku tercinta, jazakumullah khairan katsiran. Disetiap denyut nadiku, aku berdo'a untuk kalian, disetiap tetesan keringatku kelak, ku persembahkan untuk kalian, semoga Allah selalu melimpahkan rahmat dan karunianNya yang terbaik, semoga Allah memberi umur panjang sehingga kalian selalu mendampingi penulis dalam mengarungi kehidupan ini, dan semoga Allah menyediakan tempat yang terbaik di akhirat kelak, semoga penulis tergolong anak yang menjadi amal jariyah kalian.
9. Kakak-kakakku tercinta, Kak Kaiman dan istrinya Mba Encik, terimakasih untuk semua kasih sayang, kebaikan, kesabaran dan pengorbanannya untuk penulis selama perkuliahan hingga akhir, Kak Nining dan Keluarga, Kak Rusman dan keluarga, kak Yanti dan keluarga, termikasih untuk kasih sayang dan kepedulian kalian, semoga Allah menjadikan kebaikan kalian sebagai Amalan yang Mulia.
10. Adikku mambaul irfan, sesungguhnya kamulah adik yang paling kusayangi, tetap semangat dan sukses untuk kuliah mu dan jangan lupa untuk terus belajar dan beribadah.
11. Ama dhoa, umi aminah dan ama ane, terima kasih untuk kebaikannya dan semoga Allah senantiasa menjaga kalian.
12. Kak Iwan Manasa, terimakasih untuk semua kebaikannya, semoga Allah mewujudkan cita-citamu terpilih menjadi anggota DPR RI 2019, Jadilah politisi yang Amanah.
13. Adikku husna, cindy, disman, Hilman dan Sahlan tetap semangat dan sukses untuk kalian



14. Senior-senior IM3-Y, kanda Fuad, Kansa Syarif, Kanda dhan, Kae Saba, Kae Malik, Kae Akbar dan Lain-lain, terima kasih untuk nasihat dan transformasi pengetahuan dan pengalamannya, sukses selalu untuk kanda sekalian.
15. Saudara seperjuanganku, Fuad Burhan, Chan, Farid, Izoel, Faruk, Alunk, Dzoel, Deswan dan lain-lain, terima kasih telah menjadi saudara, sahabat dan kawan yang baik, teruslah berprestasi dan sukses untuk kalian.
16. Sahabat-sahabatku komunikasi angkatan 09 Uii, T.Erens, Faizal, Faiz Sauqy, Iman Ramadhan, Husen, Angga, Mukhlis, Sakti, Ve, Nindy, Intan, Sarah, Aditya, Nella, dan Lain-lain, teruslah berprestasi dan cintailah Almamatermu.
17. Teman-teman Lem FPSB UII priode 2010-2011, Himakom UII, IMIKI Jogja priode 2010-2011, tetaplah berkarya dimanapun kalian berada dan sukses selalu.
18. Teman-teman pengurus priode 2011-2012 Ikatan Mahasiswa Muslim Manggarai-Yogyakarta (IM3-Y) mohon maaf ketika saya menjabat ketua umum kurang produktif membangun IM3-Y sebagai wadah aktualisasi pengetahuan, tetap berjuang untuk cita-cita kalian.
19. Keluarga Besar TS37, Jally, Bobby, Jido, abah, Gun dan Lain-lain, terima kasih untuk kebersamaannya selama ini.
20. Semua pihak yang telah membantu, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga karya kecil ini dapat berguna untuk perkembangan ilmu komunikasi kedepan teruma untuk pengembangan konsentrasi komunikasi strategis dan juga kehumasan. Semoga Allah meridhoi dan mengampuni setiap kebaikan dan dosa yang telah dilakukan, Aamiin. .

Yogyakarta, 25 September 2016

Fathur Rahman

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN AKADEMIK .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
ABSTRAKSI .....	xiii
ABSTRACT .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Hasil Penelitian .....	5
E. Tinjauan Pustaka .....	5
F. Kerangka Teori.....	8
1. Teori Humas.....	8
2. Humas dalam Partai Politik.....	11
3. Komunikasi Politik.....	17
G. Metode Penelitian.....	20
1. Jenis Penelitian.....	20
2. Paradigma Penelitian.....	20
3. Objek Penelitian.....	21
4. Jenis Data .....	21
5. Teknik Pengumpulan Data.....	22
6. Informan Penelitian.....	23
7. Keabsahan Data.....	23
8. Teknik Analisa Data.....	23
H. Sistematika Penulisan.....	24
<b>BAB II GAMBARAN OBJEK PENELITIAN</b>	
A. Profil Kabupaten Bantul.....	26
B. Profil PDI Perjuangan .....	28
C. Partai PDIP di Yogyakarta .....	39
<b>BAB III HASIL PENELITIAN</b>	
A. Peran Humas PDIP dalam Pilkada Serentak Bantul 2015 .....	47
1. Melakukan Sosialisasi.....	47
2. Menjalinkan Hubungan dengan Stakeholder .....	49
3. Komunikasi Internal.....	51
4. Menjalinkan Hubungan dengan Media .....	52
B. Faktor Kekalahan PDIP dalam Pilkada Serentak di Bantul 2015 ...	60
1. Kurang Aktif dalam Merespon Isu.....	60
2. Kesalahan dalam Kampanye .....	62
3. Kurangnya Komunikasi Internal .....	65

4. Lemahnya Manajemen Informasi .....	66
<b>BAB IV PEMBAHASAN</b>	
A. Peran Humas PDIP dalam Pilkada Serentak Bantul 2015 .....	69
B. Faktor Kekalahan PDIP dalam Pilkada Serentak di Bantul 2015...	75
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	79
B. Keterbatasan Penelitian.....	81
C. Saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>86</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Daftar Kepengurusan PDIP DPC Bantul .....	45
Tabel 2.2 Daftar Tim Pemenangan Pemilukada 2015 .....	46





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Pertemuan dengan Masyarakat oleh Calon Ida-Munir.....	51
Gambar 2 Pertemuan dengan Masyarakat oleh Calon Ida-Munir.....	51
Gambar 3 Bentrokan saat Kampanye PDIP Bantul .....	54
Gambar 4 Kampanye Damai Masyarakat oleh PDIP Bantul .....	55
Gambar 5 Berita Media Tentang pasangan kandidat PDIP .....	64



## ABSTRAK

**Fathur Rahman. 09321094. Humas Dalam Kampanye Politik (Studi Atas Kegagalan Partai PDIP Dalam Pemilu di Bantul 2015 ). Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. 2016.**

Humas dibutuhkan dalam setiap lini organisasi untuk membantu proses komunikasi organisasi dengan berbagai pihak. Hal ini pula yang dibutuhkan oleh partai politik, dimana humas memiliki peran untuk membantu proses komunikasi kedalam ataupun keluar organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi peran humas partai PDIP-Bantul dalam mempersiapkan kampanye pemilu 2015 serta mengetahui faktor yang menyebabkan kekalahan PDIP dalam pilkada serentak di Kabupaten Bantul 2015 menurut divisi humas.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dimana pengumpulan data dilakukan dengan wawancara serta mengumpulkan data dokumentasi yang di dapat dari media ataupun dari PDIP Cabang Bantul itu sendiri. Wawancara dilakukan dengan tiga orang yaitu ketua umum PDIP Bantul dan dua orang humas partai.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran humas partai PDIP dalam mempersiapkan pemilu 2015 diantaranya adalah sebagai komunikator bagi partai ataupun kandidat yang diusung agar lebih dikenal oleh masyarakat, sebagai penghubung antara partai atau kandidat dengan masyarakat ataupun stakeholder lainnya yang terlibat juga sebagai pihak perencana dalam pelaksanaan kampanye untuk kandidat yang diusung oleh partai. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa faktor-faktor yang menyebabkan kekalahan partai lebih disebabkan karena kurangnya komunikasi yang dilakukan oleh partai dengan rakyat, kurangnya informasi internal partai dan pengelolaan informasi ke media yang juga kurang maksimal.

Kata Kunci: Humas, Pemilu, Partai Politik, PDIP Bantul

## **ABSTRACT**

*Publicist needed in every line of organization to help the process of organizational communication with various parties. It is also required by the political parties, where public relations have a role to help the communication process in or out of the organization. This research aims to identify the role of public relations party PDI-P-Bantul in preparing election districts 2015 as well as knowing the factors that led to the defeat of the PDI-P in the election districts in Bantul district 2015 according to the public relations Division.*

*This research uses qualitative descriptive method in which data collection is done with the interview as well as gathers data in the documentation can be from the media or from Bantul Branch DESIGN itself. Interviews were conducted with three people namely, General Chairman of the PDI-P of Bantul and two people the publicist of the party.*

*The results showed that PDI-P party publicist role in preparing election districts 2015 such as communicators for the party or candidate who carried to be more known by the community, as a liaison between the party or candidate with the public or other stakeholders involved as well as a party planner in the implementation of the campaign for the candidate who carried by the party. Research results also showed that the factors that led to the party's defeat was more due to the lack of communication undertaken by the party with the people, the lack of internal party information and management of information to the media which is also insufficient.*

*Keywords: publicist, election districts, political party, PDI-P Bantul*

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

Bab ini akan menjelaskan tentang latar belakang yang akan dibahas yaitu tentang ketidakmampuan humas partai PDI-P dalam pemilukada Bantul 2015, dimana akan memuat tentang fenomena-fenomena yang terjadi seputar kekalahan PDI-P Bantul.

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Pemilukada Bantul tahun 2015 menjadi pembelajaran yang berharga bagi PDI-P Bantul, hal ini karena kekalahan yang cukup mengejutkan pada pemilukada tersebut. Kekalahan PDI-P Bantul cukup mengejutkan bagi banyak pihak, hal ini dikarenakan calon kandidat yang diajukan merupakan incumbent dan memiliki pendukung cukup banyak diwilayah Bantul. Pemilukada tahun 2015 merupakan pemilukada serentak yang dilakukan hampir disebagian besar wilayah di Indonesia, dan merupakan peraturan baru yang dibuat oleh pemerintah pusat untuk mengintegrasikan pelaksanaan pemilukada di Indonesia, mengingat Indonesia terbagi menjadi banyak daerah. Pemilukada merupakan manifestasi dari desentralisasi yang dilakukan oleh Indonesia pasca reformasi, dengan dibuatkannya UU No 32 tahun 1999 yang kemudian dirubah menjadi UU No 32 tahun 2004.

Disahkannya Undang-undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah yang merupakan revisi dari Undang-undang No. 22 Tahun 1999, telah mengubah tata cara pemilihan kepala daerah di Indonesia. Kepala daerah yang sebelumnya dipilih oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) diubah menjadi dipilih langsung oleh masyarakat. Ketentuan ini tertuang dalam pasal 56 ayat 1 undang-undang tersebut yaitu, 'Kepala daerah dan wakil kepala daerah dipilih dalam satu pasangan calon yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil'.

Perubahan tata cara pemilihan tersebut juga turut mempengaruhi cara-cara dan pendekatan kampanye yang dijalankan oleh masing-masing kandidat. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Yustisian (2008), ketika pemilihan dilakukan oleh



DPRD, aktivitas kampanye dengan cara lobi politik kepada anggota dewan lebih diutamakan, hal ini berbeda dalam pemilihan secara langsung oleh masyarakat, dimana pengenalan calon kepala daerah kepada masyarakat melalui kampanye politik yang melibatkan masyarakat dijadikan cara utama untuk menarik perhatian dan suara dari konstituen yaitu masyarakat daerah setempat.

Kampanye merupakan hal yang sangat esensial dalam pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah. Seperti diungkapkan oleh Nugroho (2011), selama masa kampanye yang dilaksanakan dalam waktu 14 hari hingga tiga hari sebelum pemungutan suara, setiap kandidat kepala daerah bersama tim kampanyenya akan berusaha memperkenalkan dirinya dan memaparkan semua program kerja berikut dengan visi-misi mengenai rancangan kebijakan pembangunan daerah selama lima tahun ke depan masa kepemimpinannya jika terpilih. Terbatasnya waktu kampanye yang disediakan oleh Komisi Pemilihan Umum, memaksa pasangan calon kepala daerah beserta tim kampanyenya untuk merencanakan strategi kampanye politik secara efektif agar dapat menjangkau seluruh masyarakat di daerah pemilihan. Oleh karena itu, perlu menggunakan jenis komunikasi yang mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat untuk dapat melakukan kampanye secara efektif dan manjaring suara rakyat. Jenis komunikasi ini menurut Hamad (2004:34) disebut sebagai komunikasi massa, dimana komunikasi ini bergantung pada media massa yang memiliki kekuatan untuk menjangkau khalayaknya secara luas dan serentak.

PDI-P merupakan partai yang memiliki basis masa besar di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Dukungan masyarakat dan kader PDI-P di DIY semakin besar pasca runtuhnya orde baru. Hal ini dapat terlihat dari tampuk kekuasaan kepala daerah yang di dominasi oleh PDI-P sejak tahun 1999 di DIY. Dalam profil PDI-P disebutkan bahwa sejak tahun 1999 hingga tahun 2009, PDI-P senantiasa mendapatkan suara tertinggi dalam pemilu di DIY. Partai tersebut hampir selalu menjadi pemenang dalam setiap pemilu yang diselenggarakan di wilayah DIY. Hal ini juga terjadi di Kabupaten Bantul, dimana dari tahun 1999 sampai 2015 ini dipimpin oleh kepala daerah yang berasal dari PDIP. Idham Samawi tercatat sebagai Bupati Bantul dari tahun 1999-2010, dan istrinya menjabat setelahnya dari 2010-2015. Kondisi ini membuktikan kekuatan PDI-P di DIY khususnya

Kabupaten Bantul. Keberhasilan PDI-P dalam menduduki tampuk kekuasaan selama beberapa periode ini tidak terlepas dari peran humas partai PDI-P dalam mengkampanyekan para calon kepala daerah.

Keberhasilan PDI-P dalam melakukan pembentukan citra selama masa kampanye politik merupakan wujud dari kerja keras seluruh anggota humas PDIP itu sendiri. Pada dasarnya humas sebuah partai memiliki fungsi untuk membentuk opini publik dan mencoba untuk meyakinkan masyarakat akan kredibilitas seorang tokoh. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Stromback & Kiousis (2011:187-189) bahwa humas bagi partai politik saat ini telah menjadi sebuah kebutuhan bagi eksistensi partai politik, hal ini karena humas dalam partai politik memiliki kekuatan untuk mendapatkan dukungan legitimasi politik yang dibangun dari hubungan antara partai dan kader politik dengan pemilih (*voters*). Berdasarkan pada kenyataan tersebutlah kemudian Stromback & Kiousis (2011:187-189) menganggap bahwa keberadaan partai politik tidak hanya sekedar mampu untuk menggalang dukungan legitimasi politik, akan tetapi juga mampu membangun dan memelihara kesetiaan dan kepercayaan dari para pemilih (*voters*), dimana dalam hal ini adalah rakyat. Pendapat yang sama juga diungkapkan oleh Maria (2012) dalam penelitiannya yang mengungkapkan bahwa humas dalam partai politik juga harus mampu membangun hubungan jangka panjang dengan berbagai stakeholder seperti pemerintah, media massa, dan lawan politik untuk mencapai hubungan yang saling mengerti (*mutual understanding*) dan menguntungkan (*mutual beneficial*), dan tercipta simbiosis yang saling menguatkan satu sama lain.

Fungsi dari seorang humas menurut Anggoro (2005:2) adalah untuk dapat menyusun kegiatan yang diorganisasi sedemikian rupa sebagai sebuah rangkaian kampanye atau program terpadu dan berjalan secara berkesinambungan. Fungsi humas seperti inilah yang kemudian digunakan oleh PDI-P dalam membangun citra kadernya dimata masyarakat. Hal ini pula yang dilakukan oleh PDIP dalam kampanye pilkada serentak di Yogyakarta pada tahun 2015, khususnya untuk wilayah Bantul. Pemilihan kepala daerah di Kabupaten Bantul pada tahun 2015 ini akan diikuti oleh dua calon pasangan yaitu Ida-Munir yang diusung oleh parta PDI-P dan Nasdem, sedangkan pasangan Suharsono dan Abdul Halim diusung oleh

Gerindra-PKB yang juga berkoalisi dengan Demokrat dan PKS (Azizah dan Waskita, 2015).

Pemilukada serentak 2015 yang telah diselenggarakan tersebut menuai hasil yang cukup mengejutkan bagi partai PDI-P khususnya cabang Bantul atas kekalahan yang dialami tersebut. Kekalahan tersebut pada akhirnya memberikan banyak tanda tanya kenapa incumbent PDI-P Bantul bisa kalah? Apa saja indikator kekealahannya? Bagian PDI-P yang merasakan guncangan terbesar atas kekalahan tersebut adalah bagian humas, karena humas lah yang mengatur tentang perencanaan pemenangan bagi PDI-P cabang Bantul. Kegagalan PDI-P di Kabupaten Bantul ini pada akhirnya juga menjadi pukulan bagi tim humas, karena tim humas yang selama ini menjalankan pendekatan ke masyarakat dan mengatur kampanye agar berjalan dengan semestinya dengan harapan akan mendapatkan suara yang sesuai target. Divisi Humas yang mengatur kampanye dari awal hingga akhir, sehingga menarik untuk melihat pandangan dari divisi humas atas kekalahan PDI-P pada Pilkada 2015 di Bantul.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana peran humas partai PDI-P Bantul dalam mempersiapkan kampanye pemilukada 2015?
2. Apa saja faktor yang menyebabkan kegagalan Humas PDI-P dalam pilkada serentak di Kabupaten Bantul 2015 ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi peran humas partai PDI-P Bantul dalam mempersiapkan kampanye pemilukada 2015
2. Mengetahui faktor yang menyebabkan kegagalan Hunas PDI-P Bantul dalam pilkada serentak di Kabupaten Bantul 2015

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Sebagai referensi bagi mahasiswa khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam memahami peran humas. Untuk mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya tentang perkembangan peran dan fungsi humas. Dan memahami ideologi dibalik kampanye politik.

### **2. Manfaat Praktis**

- a. Bagi partai politik, penelitian ini diharapkan bisa menjadi bacaan reflektif agar partai politik dapat melihat lagi bagaimana langkah-langkah dalam melakukan kampanye yang tepat dan kompetitif.
- b. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat dalam memahami aktifitas partai politik menjelang pelaksanaan pemilihan umum baik dalam skala pemilihan kepala daerah ataupun dalam skala nasional.

## **E. Tinjauan Pustaka**

Penelitian terdahulu tentang peran humas dalam kampanye politik adalah sebagai berikut :

- a. *Yunita Dian Absary FISIP Unair Jawa Timur 2014*, Strategi Political Public Relations Dalam Kampanye Pemilu 2014 (Studi Kasus Totok Daryanto, Calon Legislatif Dpr Ri Di Dapil V Jawa Timur). Penelitian ini berfokus pada strategi political public relations yang digunakan oleh Totok Daryanto (TD), caleg DPR RI di dapil V Jawa Timur. Penelitian ini menarik sebab TD merupakan incumbent legislatif DPR RI yang maju lagi, namun kali ini berbeda daerah pemilihan (Dapil).

Hasil analisis temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas-aktivitas yang dilakukan berkaitan praktek political public relations antara lain: media management, image management, information management dan internal communication. Strategi ini digunakan untuk menimbulkan perhatian (attention), ketertarikan (interest) agar timbul hasrat (desire) untuk memilih TD dalam pemilu 2014. Strategi ini cukup efektif, sebab



berdasarkan hasil survey PusDeHam (April 2014), popularitas TD sebesar 27% dan elektabilitasnya sebesar 4%. TD memperoleh kursi kedelapan di DPR RI dari dapil V Jawa Timur.

- b. *Rapika Wulandari UNMUL 2013, Strategi Kampanye Politik Koalisi Partai Pengusung Afi-Mukmin Dalam Pemilihan Gubernur Tahun 2013.* Penelitian ini menekankan pada strategi kampanye politik koalisi partai pengusung AFI-Mukmin dalam pemilihan gubernur Kalimantan Timur tahun 2013. Penelitian ini difokuskan pada bentuk-bentuk strategi kampanye politik.

Berdasarkan hasil penelitian, maka seluruh ringkasan mengenai strategi kampanye politik koalisi partai pengusung AFI-Mukmin dalam pemilihan Gubernur Kalimantan Timur tahun 2013 dapat di ambil kesimpulan strategi kampanye politik yang pertama meliputi penetapan komunikator atau juru kampanye. Dalam penetapan juru kampanye, tim kampanye pasangan AFI-Mukmin lebih mengedapankan daya tarik figur serta keterlibatan para jurkam tersebut di pemerintahan. Mereka lebih memilih para juru kampanye yang telah banyak di kenal oleh masyarakat agar kampanye politik yang di lakukan bisa berjalan dengan maksimal.

- c. *Tri Dwi Nugroho. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sebelas Maret Surakarta. 2011. Kampanye Dan Pemilihan Kepala Daerah (Studi Tentang Kampanye Politik Calon Bupati dan Wakil Bupati dr. Kusdinar Untung Yuni Sukowati – Ir. Darmawan Minto Basuki, MM, MT dan Kekalahan dalam Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Sragen Tahun 2011).* Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kegiatan kampanye yang dilakukan oleh Tim Sukses Pasangan YUDA dalam upaya memenangkan pasangan ini. Selain itu penelitian ini akan mencoba mengulas dan menganalisa mengenai faktor-faktor yang menyebabkan kekalahan Pasangan YUDA dalam Pemilukada Sragen.

Hasilnya diketahui bahwa bahwa kegiatan kampanye yang dilakukan oleh Tim Sukses Pasangan YUDA dan partai pendukung sudah maksimal, yakni menggunakan strategi kampanye politik dan mendayagunakan semua

sumber daya yang ada. Dari penelitian ini kita juga mendapatkan fakta berkaitan dengan kekalahan Pasangan YUDA, yakni banyaknya partai politik yang mendukung seorang kandidat bukanlah sebuah ukuran dan faktor penentu kemenangan. Hasil Pilkada di Sragen memperlihatkan bahwa Pilkada bukan hanya pemilihan partai politik saja tapi lebih pada pemilihan seorang pemimpin, figur, atau individu. Di sisi lain kita melihat bahwa pesan yang hendak disampaikan dalam Pemilukada Sragen adalah keinginan adanya perubahan.

Dari telaah pustaka yang penulis deskripsikan di atas ada beberapa perbedaan mendasar yang perlu digaris bawahi. Mengapa peneliti mengambil rujukan dari beberapa peneliti terdahulu karena peneliti anggap cukup relevan dengan penelitian yang peneliti teliti. Penelitian yang dilakukan oleh Yunita Dian Absary (2014) persamaannya adalah terletak pada focus penelitiannya yaitu mengkaji tentang humas atau *public relation*, akan tetapi perbedaannya terletak pada objek yang diteliti, pada penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti memfokuskan pada peran humas dalam kampanye politik. sedangkan untuk penelitian dari Rapika Wulandari (2013) persamaannya dengan peneliti adalah terletak pada kajian tentang kampanye politiknya sedangkan perbedaannya adalah bahwa penelitian yang dilakukan sebelumnya ini mengkaji tentang kampanye politik yang dilakukan oleh partai-partai koalisi dan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti berfokus pada kampanye politik yang dilakukan oleh humas sebuah partai politik. Pada penelitian yang dilakukan oleh Tri Dwi Nugroho (2011) persamaannya dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah kajian tentang kampanye politik pada pilkada, akan tetapi perbedaannya ada pada subjek yang dikaji, penelitian ini mengkaji tentang calon kepala daerah sedangkan peneliti mengkaji tentang peran humas partai politik.

## **F. Kerangka Teori**

### **1. Teori Humas**

Menurut Moore (2004:69) humas merupakan singkatan dari hubungan masyarakat yangmana dalam bahasa inggris di sebut sebagai *public relation*. Moore (2004:84) juga mengungkapkan bahwa istilah *public relation* memang lebih sering

digunakan dalam manajemen organisasi modern, akan tetapi pada dasarnya humas dan *public relation* memiliki esensi yang sama. Hal ini kemudian ditegaskan kembali oleh Effendy (2004:28) yang mendefinisikan hubungan masyarakat sebagai fungsi manajemen yang khusus mendukung dan memelihara eksistensi dari komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerja sama antara organisasi dengan khalayaknya. Dimana humas juga melibatkan manajemen dalam setiap permasalahan atau persoalan yang dihadapi, membantu manajemen memperoleh penerangan mengenai dan tanggapan terhadap opini publik, membantu menetapkan dan menegaskan tanggung jawab manajemen dalam melayani kepentingan umum, menopang manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif dalam penerapannya sebagai sistem peringatan secara dini guna membantu mengantisipasi kecenderungan, serta menggunakan penelitian serta teknik-teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai kegiatan utama (Effendy, 2004:28).

Humas atau *public relations* menurut Kotler (2008:265) merupakan berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan dan atau menjaga citra perusahaan atau setiap produknya. Sedangkan menurut Cutlip, Center dan Broom yang dikutip oleh Ardianto (2011:8) mengungkapkan bahwa humas adalah fungsi manajemen yang menilai sikap-sikap publik, mengidentifikasi kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur dari individu atau organisasi atas dasar kepentingan publik dan melaksanakan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan pengakuan publik.

Menurut Widjaja (2010:55) bahwa tujuan humas adalah untuk menciptakan, membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi lembaga atau organisasi di satu pihak dan dengan publik di lain pihak dengan komunikasi yang harmonis dan timbal balik. Berfungsi tidaknya humas dalam sebuah organisasi dapat diketahui dari ada tidaknya kegiatan yang menunjukkan ciri-cirinya. Untuk memperoleh kejelasan mengenai ciri-ciri humas yang pokok (Effendy, 2004: 31) yakni :

- a. Humas adalah kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi yang berlangsung dua arah secara timbal balik (*two way traffic reciprocal*)

*communication*), ini berarti pada jalur pertama penyebaran informasi dan pada jalur kedua penyampaian tanggapan.

- b. Humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh manajemen suatu organisasi. Untuk mencapai tujuan dalam teori manajemen, disebutkan bahwa prosesnya berlangsung melalui tahap-tahap yang terkenal dengan POAC, sebagai singkatan dari *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (pengorganisasian), *Actuating* (Penggiatan), *Controlling* (Pengawasan). Dan unsur-unsur yang terlibat dalam proses yang bertahap secara berkesinambungan itu ialah apa yang dikenal dengan rumus Six M sebagai singkatan dari *Men* (Manusia), *Materials* (Bahan), *Machines* (Mesin), *Methods* (Metode), *Money* (biaya), dan *Market* (Pasar).
- c. Humas yang menjadi sasaran kegiatan adalah publik ekstern dan intern. Publik di dalam organisasi antara lain para karyawan dimana mereka diarahkan dan dikerahkan kepada pencapaian tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi, dimana perilaku individual setiap karyawan dibina sehingga sesuai, selaras, dan serasi dengan perilaku organisasi. Cara menggiatkannya dengan komunikasi, bukan dengan cara-cara lain di luar bidang komunikasi. Demikian pula kegiatan yang ditujukan kepada publik eksternal.
- d. Operasionalisasi humas adalah membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik dan mencegah terjadinya rintangan psikologi, baik yang timbul dari pihak organisasi maupun dari pihak publik. Istilah harmonis yang menjadi sifat hubungan yang harus dibina humas mengandung makna yang luas, yakni sikap menyenangkan (*favorable*), itikad baik (*goodwill*), toleransi (*tolerance*), saling pengertian (*mutual understanding*), saling mempercayai (*mutual confidence*), saling menghargai (*mutual appreciation*), dan citra baik (*good image*).

Mengenai konsep fungsional humas, Scott M. Cutlip dan Allen Center (Effendy, 2004: 43) memberikan penjelasan sebagai berikut:

- a. Memudahkan dan menjamin arus opini yang bersifat mewakili dari publikpublik organisasi, sehingga kebijakan beserta operasionalisasi organisasi dapat dipelihara keserasiannya dengan ragam kebutuhan dan pandangan publikpublik tersebut.
- b. Menasehati manajemen mengenai jalan dan cara menyusun kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi untuk dapat diterima secara maksimal oleh publik.
- c. Merencanakan dan melaksanakan program-program yang dapat menimbulkan penafsiran yang menyenangkan terhadap kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi.

Dalam rangka menggalakkan peran dan fungsi humas dalam sebuah organisasi, Charles H. Prout (Effendy, 2004:55) mengatakan adanya empat jenis pelayanan dasar yang harus dipraktekkan, yakni:

- a. Nasihat (*advise and counsel*)  
Nasihat perlu diberikan oleh humas mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan kehumasan, baik kepada manajemen perusahaan maupun kepada manajemen biro atau bagian lain. Oleh karena humas itu merupakan fungsi staf, maka nasihat yang disampaikan kepada manajer perusahaan tidak menyangkut kebijaksanaan dan keputusan perusahaan yang mendasar, melainkan hal-hal yang berkaitan dengan operasionalisasi ketika suatu masalah dijumpai.
- b. Pelayanan komunikasi (*communication service*)  
Pelayanan komunikasi memang merupakan tugas humas. Yang dikomunikasikan ialah informasi mengenai perusahaan dan segala kegiatannya kepada berbagai publik yang berkepentingan melalui media yang tepat. Kegiatan komunikasi ke luar tidak hanya terbatas pada pengirim news release ke media massa, tetapi juga yang mengandung motif melalui booklet, periklanan, atau dalam bentuk

pidato. Singkatnya, kegiatan yang merupakan upaya membuat publik tahu dengan berbagai cara yang pantas dalam situasi individual.

c. Pengkajian humas (*public relations research*)

Jika pelayanan komunikasi merupakan penyebaran informasi dari dalam ke luar, pengkajian humas atau *public relations research* merupakan komunikasi dari luar ke dalam; dengan lain perkataan, penelaahan terhadap opini publik yang berpengaruh kepada perusahaan. Hal ini bukan saja yang menyangkut peristiwa-peristiwa dalam bentuk tekanan-tekanan yang bersifat sosio-politik (*socio-political pressure*), tetapi juga undang-undang dan peraturan-peraturan pemerintah yang berkaitan dengan dan berpengaruh kepada perusahaan.

d. Promosi humas (*public relations promotion*)

Dalam perusahaan kegiatan promosi yang dilaksanakan oleh humas amat menunjang upaya pencapaian tujuan, tentunya dalam peningkatan produksi, yang pada gilirannya berupa keuntungan finansial. Pada kegiatan inilah para kahumas diuji kemampuannya, terutama kreativitas dalam mengembangkan *goodwill* publik kepada perusahaan. Pada aspek humas inilah akan dapat diketahui sejauhmana derajat penguasaan kehumasan yang dimiliki para pengelolanya, sebab jenis-jenis publik yang menjadi sasarannya, misalnya para pelanggan, pemegang saham, komunitas atau masyarakat sekitar, media massa, dan lain-lain, memerlukan teknik-teknik khusus untuk menghadapinya.

2. **Humas Dalam Partai Politik**

Humas, dalam perjalanannya tidak hanya berhubungan dengan hal-hal yang berbau marketing, akan tetapi juga telah merambah berbagai bidang seperti dalam bidang politik. Dalam hal ini Hiebert (dalam McNair, 2003:72) menyatakan bahwa awal mula hubungan *public relations*/humas dengan politik dimulai oleh Ivy Lee pada tahun 1921 yang mengatakan bahwa keberlangsungan Amerika Serikat sebagai negara demokrasi dalam jangka panjang ditentukan oleh penilaian rakyat melalui suara. Hal ini mengacu pada pendapat dimana jika penilaian rakyat harus

disuarakan, maka akan disuarakan karena rakyat memiliki informasi terbesar yang menjadi dasar penilaian (McNair, 2003:72).

Froechilch dan Rudiger (dalam Jackson, 2010:9-10) menyatakan bahwa *political public relations* merupakan:

*“The use of media outlets to communicate specific political interpretations of issues in hope of garnering public support.”* (Penggunaan media untuk mengkomunikasikan interpretasi politik yang spesifik mengenai isu dalam harapan menggalang dukungan publik).

Sementara itu Moloney dan Colmer (2001:59) mengemukakan bahwa *political public relations* merupakan alat strategis di mana partai politik menggunakan kebijakan, kepribadian, dan presentasi untuk mendapatkan perhatian pemilih (*voters*). Berdasarkan pengertian tersebut, maka tampak bahwa *political public relations* mempunyai peranan strategis di dalam partai politik dalam memilih pesan politik yang akan diinformasikan kepada publik untuk menggalang dukungan pemilih (*voters*). Hal ini kemudian menunjukkan bahwa *political public relations* mempunyai tujuan untuk mempengaruhi masyarakat yang diantaranya adalah sejauh mana masyarakat mengenal dan mengetahui kebijakan, kepribadian, dan presentasi partai politik agar bisa dikenal, disukai, serta dipilih. Pemilihan pesan politik yang disampaikan kepada masyarakat ini kemudian akan berpengaruh terhadap citra politik dari partai, tokoh, maupun kader politik (Moloney dan Colmer, 2001:59).

Peran praktisi humas dalam politik, memiliki sedikit perbedaan dengan *public relations* pada umumnya (*corporate public relations*). Hal ini diungkapkan oleh Cutlip, Scoot, Allen, dan Broom (2005:127- 133) bahwa terdapat dua peran dominan praktisi *public relations* yaitu *communication technician* dan *communication manager*. *Communication manager* sendiri terdiri dari tiga sub peran yaitu *expert prescriber*, *communication facilitator*, serta *problem solving process facilitator*.

*Communication Technician*, merupakan praktisi yang melakukan keahlian di bidang ilmu komunikasi dan jurnalistik, menulis, mengedit, dan membuat pesan secara audio visual yang dibutuhkan untuk melaksanakan kegiatan *public relations*. *Communication technician* disini tidak terlibat dalam pengambilan keputusan

organisasi. Peran ini hanya melaksanakan kebijakan organisasi. Praktisi public relations ini juga tidak melakukan riset untuk merencanakan atau mengevaluasi program kerja. Peran ini hanya memastikan layanan teknis dan sistem komunikasi menjangkau seluruh tingkatan dari yang terbawah hingga pimpinan. *Expert Prescriber*, peran ini bertindak sebagai *expert* (ahli). Praktisi *public relations* ini melakukan riset dan menentukan masalah *public relations*, dengan membangun program, dan bertanggung jawab terhadap pelaksanaan program. Pada peran ini, praktisi *public relations* membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya dalam memecahkan serta mengatasi persoalan yang dihadapi organisasi (Cutlip dkk, 2005:127- 133).

*Communication Facilitator*, pada peran ini, praktisi *public relations* bertindak sebagai pihak yang menyediakan dan menjaga saluran komunikasi yang berkesinambungan dan berkelanjutan bagi organisasi dan publiknya. Cutlip dkk (2005:127- 133) mengungkapkan bahwa praktisi ini bertindak sebagai liaison, interpreter, dan mediator untuk membantu manajemen organisasi dalam membaca harapan dan keinginan publiknya, sekaligus menjelaskan kembali keinginan, kebijakan, dan harapan organisasi kepada publiknya sehingga tercipta saling pengertian, kepercayaan, dan saling menghargai di antara manajemen dan publiknya. *Problem-solving Facilitator*, pada peran ini, praktisi *public relations* membantu departemen lain dalam organisasi dalam menangani masalah public relations yang dihadapi. Peran ini melibatkan sub-sistem lain dalam organisasi dan membantu mereka dalam merencanakan dan melaksanakan program public relations yang telah direncanakan. Praktisi *public relations* membantu pimpinan dalam mengatasi krisis yang dialami organisasi mulai dari nasihat hingga eksekusi.

Perkembangan humas yang merambah dunia politik ini kemudian menghasilkan peran yang berbeda-beda dari umum. Brian McNair (2003:74) meyakini bahwa *public relations* dalam dunia politik berkenaan dengan empat kegiatan yaitu:

a) Manajemen media,

Manajemen Media, meliputi aktivitas merancang dan memelihara suatu hubungan positif antara politikus dan media, mengetahui kebutuhan



masingmasing dan memanfaatkan karakteristik keduanya untuk mencapai keuntungan maksimal. Bagi politikus, ia perlu memberikan apa yang diinginkan media, dalam kaitan dengan berita atau pertunjukan. Secara bersamaan, media memperluas jaringan sumber berita (jaringan komunikasi/informasi).

Praktisi *public relations* juga harus mengikuti perkembangan media modern untuk memaksimalkan akses politikus secara cuma-cuma (*free*). Aktivitas ini meliputi pembuatan medialities – acara-acara yang ramah terhadap media yang akan cenderung menarik perhatian media dan untuk menjaga kesadaran publik (*public awareness*) terhadap partai politik dan politikus.

Tujuan manajemen media tidak hanya untuk melestarikan visibilitas partai politik tetapi juga menjaga masalah dan solusi politik tetap tertutup. Dalam menjalankan peran manajemen media, praktisi public relations juga harus melibatkan aktor politik (politikus) untuk mengontrol, memanipulasi, atau mempengaruhi media dengan cara yang sesuai dengan tujuan politik politikus dan partai politik. Media merupakan sekutu berharga tetapi berpotensi sulit diatur dalam proses politik karena memiliki peranan penting dalam paparan publik (public exposure) tetapi juga cenderung menampilkan kemerdekaan dalam pemberitaan. Tak dapat dipungkiri, peran media sebagai pilar keempat demokrasi, tetap melahirkan kritik terhadap penguasa baik pemerintah maupun partai politik sebagai pemantau penguasa (McNair, 2003:135-147).

b) Manajemen citra

Manajemen Citra, dimana meliputi aktivitas membangun citra politikus (sebagai individu) yang diselaraskan dengan tujuan organisasi sekaligus membangun citra organisasi dan anggota-anggota organisasi. Aktivitas ini meliputi pembuatan logo, slogan, pengarahannya gaya foto, perancangan iklan, serta pemilihan bahasa dalam mengkomunikasikan ide, komentar, maupun kebijakan. Mayoritas peran manajemen citra dilakukan pada

penempatan pesan di media seperti wawancara politik serta kampanye di ruang publik (McNair, 2003:147-150). Dalam citra pribadi (*personal image*), politikus dinilai tidak hanya dari apa yang dikatakan dan dilakukan, tetapi juga bagaimana mereka berkata dan berlaku.

Saat ini, gaya berpolitik menjadi faktor yang mempengaruhi citra pribadi seorang politikus. Seseorang bisa berpendapat bahwa gaya berpolitik menjadi faktor penting yang menentukan kesuksesan politik dan gaya berpolitik merupakan bagian dari komunikasi politik yang menyajikan 'gambar' politikus kepada konstituens mereka. Citra politik penting karena menjadi ciri pembeda antara partai politik dan politikus.

c) Komunikasi internal

Komunikasi Internal, meliputi aktivitas membangun dan menyediakan saluran komunikasi internal sebagai upaya menciptakan identitas kelompok, kebersamaan dan kesatuan, integritas, loyalitas; mengoordinir aktivitas organisasi dan anggotanya; serta mengelola feedback. Peran ini sangat vital melihat seringkali kegagalan partai politik disebabkan oleh komunikasi internal yang tidak memadai. Bentuk nyata dari aktivitas ini meliputi penerbitan media internal (majalah, tabloid) yang bisa menjadi saluran komunikasi secara horizontal maupun vertikal, serta penciptaan ruang-ruang publik sebagai ajang berdiskusi dan rekreasi.

Partai politik, seperti organisasi komersial, harus mengembangkan saluran komunikasi internal sehingga anggota (khususnya anggota partai politik yang terlibat dalam kapasitas publik) sadar akan pesan yang akan disampaikan, dan untuk memastikan bahwa berbagai elemen yang berbeda dari operasi public relations bekerja satu sama lain secara efektif. Kegagalan menempatkan saluran komunikasi internal dapat mengakibatkan bencana hubungan internal dan kegagalan dalam Pemilu (McNair, 2003:151-156).

d) Manajemen informasi.

Manajemen Informasi, meliputi aktivitas menyampaikan baik dengan segera atau memperlambat dan memanipulasi informasi dalam rangka membangun serta menjaga citra (baik individu maupun organisasi) yang positif, serta menyerang pihak lawan. Informasi ini merupakan suatu senjata politis yang kuat karena melalui selektivitas penyampaian/penyimpangan/pembatasan informasi yang dapat membentuk opini publik. Partai politik yang tidak berkuasa (oposisi) masih dapat menggunakan informasi politik untuk menyerang lawan, namun peran ini tidak dapat dielakkan pada praktisi public relations pada partai politik yang berkuasa, yang mana memiliki seluruh sumber-sumber informasi negara dan dapat digunakan untuk mengerahkan pengaruh yang cukup besar terhadap kehidupan warga negara. Manajemen informasi dirancang untuk mengontrol dan memanipulasi alur informasi dari partai politik maupun politikus di ruang publik. Penyebaran informasi tidak menjadi satu-satunya tujuan komunikasi. Informasi adalah sumber kekuasaan yang bisa memainkan peran utama dalam pengelolaan opini publik. Informasi dapat diberikan secara cuma-cuma dalam mencapai pemerintahan yang demokratis, tetapi juga dapat ditekan, disensor, bocor, maupun diproduksi sesuai dengan kepentingan penguasa (McNair, 2003:57-158).

### 3. **Komunikasi Politik**

Komunikasi merupakan aktifitas yang tidak dapat terpisahkan dalam keseharian manusia di berbagai bidang. Komunikasi menjadi alat ataupun sarana yang digunakan oleh setiap orang agar dapat terhubung satu sama lain. Secara etimologis menurut Effendy (1993:253), kata komunikasi berasal dari bahasa latin *communicare* yang berarti berpartisipasi atau memberitahukan.

Untuk pengertian secara definitif komunikasi dinyatakan oleh Carl I. Hoveland (dalam Effendy, 1993:254) sebagai berikut :

*“Communication is the proces by which an individual transmit stimuli (usually verbal symbols) to modify the behaviour of another individuals.”*  
(Komunikasi adalah sebuah proses dimana seorang individu mengirim atau

mentransfer stimulan (yang biasanya berupa lambang-lambang verbal) - untuk mengubah perilaku individu lain) (Effendy, 1993:254).

Menurut Littlejohn (1996:17) di dalam komunikasi terdapat level atau tingkatan komunikasi yakni Komunikasi Antar Personal, Komunikasi Kelompok, Komunikasi Organisasi dan Komunikasi Massa. Komunikasi Antar Personal adalah komunikasi yang melibatkan antar sesama orang atau individu dan biasanya *face to face*. Komunikasi Kelompok adalah komunikasi atau hubungan antara individu di dalam kelompok kecil, dan biasanya dilakukan dalam merencanakan pengambilan keputus. Komunikasi organisasi lebih kompleks lagi, karena hubungannya tidak hanya melibatkan antar individu akan tetapi juga antara individu dengan kelompok-kelompok. Sedangkan Komunikasi Massa adalah komunikasi yang melibatkan ranah publik, dan memuat banyak hubungan, yakni hubungan antarpersonal, kelompok, dan organisasi (Littlejohn, 1996:17).

Harold D. Lasswell (dalam Effendy, 1993:254) menyatakan bahwa cara terbaik untuk menerangkan proses komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan: *Who Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect* (Siapa Mengatakan Apa, Melalui Saluran Apa, Kepada Siapa, dan Dengan Efek Apa). Jawaban dari pertanyaan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban pertanyaan yang diajukan, yakni :

- a. Komunikator (*communicator, source, sender*)
- b. Pesan (*Message*)
- c. Media (*channel, media*)
- d. Komunikan (*communicant, communicare, receiver, recipient*)
- e. Efek (*effect, impact, influence*) (Effendy, 1993:254)

Lebih lanjut lagi Lasswell (dalam Effendy, 1993:254) mengemukakan bahwa fungsi komunikasi meliputi 3 hal, yakni :

- a. *The surveillance of the environment* (pengamatan lingkungan).  
Fungsi ini merupakan kegiatan mengumpulkan dan menyebarkan informasi mengenai peristiwa dalam suatu lingkungan, seperti penggarapan dan penyampaian berita.

- b. *The correlation of the parts of society in responding to the environment* (korelasi kelompok-kelompok dalam masyarakat ketika menanggapi lingkungan).

Fungsi ini merupakan kegiatan interpretasi terhadap informasi mengenai peristiwa-peristiwa yang terjadi di lingkungan, seperti propaganda-propaganda atau tajuk rencana.

- c. *The transmission of the social heritage from one generation to the next* (transmisi warisan sosial dari generasi yang satu ke generasi yang lain).

Fungsi ini merupakan kegiatan pengkomunikasian informasi, nilai, dan norma sosial dari generasi yang satu ke generasi yang lain atau dari anggota suatu kelompok kepada pendatang baru, seperti kegiatan pendidikan/pembelajaran.

Selain itu, dalam proses penyampaian pesan ini kemudian terdapat teori *Source-Message-Channel-Receiver Theory* (S-M-C-R) yang merupakan singkatan dari *Source* (sumber) - *Message* (pesan) - *Channel* (saluran/media) - *Receiver* (penerima/komunikasi) (Effendy, 1993:254). Pada rumus S - M - C - R, khusus mengenai C (*channel*) yang berarti saluran atau media dua pengertian, yakni primer dan sekunder. Saluran primer adalah media yang merupakan lambang, misalnya bahasa, gambar atau warna yang digunakan dalam komunikasi tatap muka (*face to face communication*), sedangkan saluran sekunder adalah media berwujud, baik media massa misalnya surat kabar, televisi atau radio, maupun media non massa, misalnya surat, telepon atau poster (Effendy, 1993:254).

Menurut pendapat dari McQuail (1992: 472-243) untuk masyarakat perkotaan atau kelas menengah atas, komunikasi politik melalui media massa terbukti sangat efektif karena masyarakat perkotaan umumnya memiliki pola hidup yang sibuk dan tidak memberi mereka peluang untuk melakukan komunikasi langsung dengan orang lain. Apalagi jika masyarakat perkotaan tersebut telah merasa tidak punya kepentingan langsung dengan sang komunikator. Bagi masyarakat di wilayah perkotaan, media massa cetak dan elektronik merupakan sarana paling efektif untuk mengetahui dan menyampaikan umpan balik setiap pesan politik yang ada (McQuail, 1992: 472-243). Sementara untuk masyarakat

pedesaan, menurut pendapat dari Ali (2007) tidak memiliki tradisi membaca, pesan politik hanya bisa disampaikan oleh sistem komunikasi tradisional. Dalam konteks ini, komunikasi yang paling efektif adalah dengan menggunakan sistem komunikasi lokal yang sesuai dengan budaya masyarakat. Pendekatan-pendekatan interpersonal dengan tokoh-tokoh lokal yang menjadi pengatur lalu lintas opini menjadi kunci keberhasilan dalam sistem komunikasi tradisional ini (Ali, 2007).

Menurut McQuail (1992: 472-243) menyatakan bahwa

*“Political Communication all processes of information (including facts, opinions, beliefs, etc.) transmission, exchange and search engaged in by participants in the course of institutionalized political activities”* (Komunikasi Politik adalah semua proses penyampaian informasi, termasuk fakta, pendapat, keyakinan-keyakinan dan seterusnya, pertukaran dan pencarian tentang itu semua yang dilakukan oleh para partisipan dalam konteks kegiatan politik yang lebih bersifat melembaga)

Firmanzah (2007:255) kemudian mengatakan bahwa membangun suatu citra politik tidak dapat dilakukan tanpa adanya komunikasi politik. Senada dengan pendapat dari Harun dan Sumarno (2006:5) yang mengartikan komunikasi politik sebagai suatu proses dan kegiatan-kegiatan membentuk sikap dan perilaku politik yang terintegrasi ke dalam suatu sistem politik dengan menggunakan simbol-simbol yang berarti. Pengertian tersebut menunjukkan kepada sikap dan perilaku individu-individu yang berada dalam lingkup sistem politik yang mencerminkan suatu bangunan kehidupan negara dengan segala kompleksitasnya untuk mencapai negara yang ideal sehingga akan tampak jelas perpaduan seluruh unsur yang ada dalam lingkup negara adalah produk komunikasi politik.

Bagi Harsono Suwardi (2010: 25) kemudian juga mengkaji komunikasi politik yang kemudian membagi tiga macam media komunikasi politik, yaitu (1) media interpersonal, (2) media organisasi, dan (3) media massa. Media komunikasi politik yang pertama (interpersonal) sama dengan retorika, sedang yang kedua (organisasi) sama dengan propaganda, adapun media yang ketiga (media massa) sama dengan periklanan. Dalam komunikasi interpersonal, komunikasi politik akan menekankan pada peran opinion leadership. Misalnya diskusi dalam kampanye politik yang pada umumnya bersifat interpersonal/pribadi dengan mengandung

aspek-aspek homophily, self-disclosure, dan coorientation. Sedangkan dalam studi komunikasi politik lebih banyak melihat pada implikasi politik dari penggunaan media komunikasi massa.

## **G. Metodologi Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Jenis penelitian kualitatif tidak dimaksudkan untuk memberikan penjelasan-penjelasan, mengontrol gejala-gejala, dan mengemukakan prediksi-prediksi, tetapi lebih dimaksudkan untuk mengemukakan gambaran atau pemahaman dan memaparkan mengenai bagaimana dan mengapa suatu gejala komunikasi bisa terjadi.

### **2. Paradigma Penelitian**

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Konstruktivisme melihat bagaimana setiap orang pada dasarnya mempunyai pemikiran dan bisa mengkonstruksi hubungan tersebut yang tentu saja melibatkan emosi atau pengalaman hidup personal. Menurut aliran konstruktivisme, realitas itu sebenarnya tidak ada, sebab yang ada hanyalah konstruksi kita atas suatu realitas. Realitas cenderung ditempatkan pada penelitian level mikro. Dalam penelitian konstruktivisme, penelitian akan diarahkan untuk melihat semata pada struktur mikro: struktur dan sistem hubungan, atau pola-pola hubungan (Eriyanto, 2001:56). Paradigma konstruktivis memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap socially meaningful action melalui pengamatan langsung dan rinci terhadap pelaku sosial dalam setting keseharian yang alamiah, agar mampu memahami dan menafsirkan bagaimana para pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan mengelola dunia sosial mereka.

Peneliti memilih paradigma konstruktivis untuk dapat mendeskripsikan strategi dan peran Humas Partai PDIP menjelang pilkada serentak Yogyakarta 2015 di Kabupaten Bantul.

### **3. Objek Penelitian**

Sesuai dengan ruang lingkup penelitian ini maka yang menjadi objek dari penelitian adalah berbagai tahapan maupun kegiatan kampanye politik yang

dilakukan oleh Humas Partai PDIP menjelang Pilkada Bantul 2015. Penelitian ini juga dilakukan di Kantor DPC PDI-P Bantul. Secara lebih konkrit yang menjadi objek penelitian ini adalah elemen-elemen atau segala sesuatu yang berhubungan dengan kegiatan maupun kampanye politik baik yang dilakukan oleh Humas Partai PDIP menjelang Pilkada Bantul 2015.

#### 4. **Jenis Data**

##### a. Sumber Data Primer

Adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari objek penelitian atau lapangan. Dalam penelitian ini data-data diperoleh langsung dari sumber di lokasi penelitian, diantaranya dengan mengikuti dan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan kampanye politik Humas Partai PDIP menjelang Pilkada Bantul 2015 serta melakukan wawancara dengan Humas Partai PDIP Bantul.

##### b. Sumber Data Sekunder

Adalah data yang diperoleh peneliti dalam bentuk data yang sudah berupa publikasi terkait dengan penelitian untuk melengkapi data primer. Sumber data pendukung yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kepustakaan yang didapat dari buku-buku pendukung, artikel koran, majalah, jurnal, hasil dokumentasi, skripsi dan informasi yang diperoleh dari berbagai media massa. Dalam penelitian ini didapatkan data-data yang berhubungan dengan kegiatan kampanye yang dilakukan oleh Humas PDIP Bantul.

#### 5. **Teknik Pengumpulan Data**

Data yang diperlukan dalam penelitian ini ada dua, yakni data primer dan data sekunder. Untuk pengumpulan data primer dapat dilakukan dengan berbagai cara antara lain adalah:

##### 1. Wawancara atau Interview

Wawancara atau Interview merupakan suatu cara yang dilakukan oleh penulis untuk mendapatkan informasi secara detail mengenai berbagai hal



yang berhubungan dengan peran Humas PDIP dalam kampanye politik di Bantul. Kegiatan ini dilakukan dengan melakukan tanya jawab kepada beberapa narasumber atau informan. Dalam pelaksanaan wawancara, pertanyaan pokok yang diajukan adalah mengenai bagaimana kegiatan kampanye politik yang dilakukan oleh Humas Partai PDIP menjelang Pilkada Bantul 2015. Dalam penelitian ini, jenis wawancara yang dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara (*interview guide*). Jenis *interview guide* pada umumnya dimaksudkan untuk kepentingan wawancara yang lebih mendalam dengan lebih memfokuskan pada persoalan-persoalan yang menjadi pokok dari minat penelitian (Pawito, 2008:70).

## 2. Observasi atau Pengamatan

Penelitian dengan menggunakan metode observasi biasanya dilakukan untuk melacak secara sistematis dan langsung gejala-gejala komunikasi terkait dengan persoalan-persoalan sosial, politis, dan kultural masyarakat (Pawito, 2007:111). Observasi yang dilakukan adalah bersifat non sistematis, artinya tidak menggunakan instrumen atau alat pengamatan dalam mengamati aktivitas dan pelaksanaan kegiatan kampanye politik Humas Partai PDIP menjelang Pilkada Bantul 2015.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi secara *participant observation*, namun sebatas *active participant observation*, yakni peneliti ikut ambil bagian sampai tingkat tertentu dalam kegiatan kampanye politik Humas PDIP, dan dalam hal ini peneliti tidak menjadi bagian dari kelompok yang diteliti. Pada tahapan observasi, peneliti mengamati segala bentuk kegiatan kampanye politik yang dilakukan oleh Humas PDIP secara langsung atau melakukan pengamatan melalui media massa.

## 6. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ditentukan dengan cara *purposive sampling*, dimana informan sudah diketahui sebelumnya dan memang sudah ditentukan

sejak awal. Informan dalam penelitian ini adalah Humas dari Partai PDIP Cabang Bantul, selain itu peneliti juga akan melakukan wawancara dengan masyarakat yang menjadi sasaran dari kampanye politik yang dilakukan oleh Humas Partai PDIP sebanyak 5 orang.

#### 7. **Keabsahan Data**

Untuk menjamin validitas atau keabsahan data, maka penelitian ini menggunakan teknik Triangulasi, di mana data yang satu akan dikontrol oleh data yang sama dari sumber yang berbeda. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang dimanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data yang diperoleh. Menurut pendapat dari Pawito (2007:99) triangulasi dibagi menjadi empat teknik, yakni triangulasi data atau sering disebut dengan triangulasi sumber, triangulasi metode, triangulasi teori dan triangulasi peneliti. Sedangkan dalam penelitian ini, teknik triangulasi yang digunakan adalah teknik Triangulasi Sumber. Teknik ini mengarahkan peneliti agar di dalam mengumpulkan data yang sama atau sejenis akan lebih mantap bila bisa digali dari berbagai sumber yang berbeda.

#### 8. **Teknik Analisa Data**

Analisis data dalam penelitian komunikasi kualitatif pada prinsipnya dimaksudkan untuk memberikan makna terhadap data, menafsirkan atau mentransformasikan data ke dalam bentuk-bentuk narasi. Narasi ini kemudian mengarah pada temuan yang bernuansakan proposisi-proposisi ilmiah yang akhirnya sampai pada kesimpulan final.

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan Analisis Interaktif (*interactive model*) oleh Miles dan Huberman (dalam Pawito, 2007:115), dimana dalam analisis interaktif ini, prosesnya terdiri dari tiga bagian yaitu Reduksi Data, Sajian Data dan Verifikasi Data atau penarikan kesimpulan.

Langkah Reduksi data melibatkan beberapa tahap, tahap pertama melibatkan langkah-langkah editing, pengelompokan dan meringkas data. Pada tahap kedua peneliti menyusun kode-kode dan catatan-catatan mengenai berbagai hal, termasuk yang berkenaan dengan aktivitas serta proses-proses, sehingga peneliti dapat menemukan tema-tema, kelompok, dan pola data. Langkah kedua

yakni, penyajian data (*data display*) melibatkan langkah-langkah mengorganisasikan data, yakni menjalin (kelompok) data yang satu dengan kelompok data yang lain sehingga seluruh data yang dianalisis benar-benar dilibatkan dalam satu kesatuan. Dalam hubungan ini, data yang tersaji berupa kelompok-kelompok atau gugusan-gugusan yang kemudian saling dikaitkan sesuai dengan kerangka teori yang digunakan. Sedangkan pada komponen terakhir, yakni penarikan dan pengujian kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*), peneliti pada dasarnya mengimplementasikan prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola-pola data yang ada atau kecenderungan dari display data yang telah dibuat (Pawito, 2007:115).

#### **H. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini peneliti menjelaskan alasan pemilihan tema penelitian, sehingga dalam bab ini nantinya peneliti akan fokus dalam menjabarkan tentang apa saja yang akan diteliti. Sehingga dalam bab ini akan dibahas diantaranya adalah latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika penelitian

##### **BAB II GAMBARAN OBJEK PENELITIAN**

Bab II ini akan memberikan deskripsi tentang objek penelitian dalam hal ini adalah PDIP cabang Bantul, dengan memberikan gambaran tentang profil, visi misi, dan struktur organisasi.

##### **BAB III HASIL PENELITIAN**

Pada bab ini peneliti akan memaparkan hasil temuan penelitian dimana dalam bab ini akan dibagi menjadi dua sub bab yaitu pertama adalah mengenai apa saja yang sudah dilakukan oleh humas dalam kampanye pemilu pada 2015, dan yang kedua adalah mengetahui faktor-faktor kekalahan PDIP Bantul dalam pemilu serentak dari perspektif seorang humas.

##### **BAB IV PEMBAHASAN**

Bab ini akan menjelaskan tentang implikasi teoritis dari temuan dengan kerangka teori yang digunakan oleh peneliti. Sehingga dalam hal ini peneliti mencoba mensinkronkan temuan penelitian dengan teori-teori yang peneliti gunakan.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini akan memberikan kesimpulan atas hasil penelitian serta memberikan saran terkait dengan hasil penelitian.



## **BAB II**

### **GAMBARAN OBJEK PENELITIAN**

Penelitian ini mengambil studi tentang partai PDI-P daerah Bantul, sehingga dalam bab ini akan menjelaskan dengan lebih terang tentang gambaran umum PDI-P Bantul dimulai dari wilayah Bantul dan bagaimana struktur organisasi dalam PDI-P Bantul itu sendiri. Berikut merupakan penjelasannya:

## **A. Profil Kabupaten Bantul**

### **a. Deskripsi Wilayah Kabupaten Bantul**

Kabupaten Bantul merupakan salah satu Kabupaten dari 5 Kabupaten/Kota di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang wilayahnya berbatasan langsung dengan Kota Yogyakarta dan Kabupaten Sleman di bagian utara, bagian timur berbatasan dengan Kabupaten Gunungkidul, bagian barat berbatasan dengan Kabupaten Kulon Progo dan bagian selatan berbatasan dengan Samudera Indonesia. Kabupaten Bantul terdiri dari 17 Kecamatan, yaitu Kecamatan Srandakan, Sanden, Kretek, Pundong, Bambanglipuro, Pandak, Bantul, Jetis, Imogiri, Dlingo, Pleret, Piyungan, Banguntapan, Sewon, Kasihan, Pajangan dan Sedayu.

Luas wilayah Kabupaten Bantul adalah 50.685 Ha yang terbagi dalam 17 Kecamatan, sebagai berikut :

- a. Kec. Srandakan, luas 1.832 Ha (3,61%)
- b. Kec. Sanden, luas 2.316 Ha (4,57%)
- c. Kec. Kretek, luas 2.677 Ha (5,28%)
- d. Kec. Pundong, luas 2.368 Ha (4,67%)
- e. Kec. Bambanglipuro, luas 2.270 Ha (4,48%)
- f. Kec. Pandak, luas 2.430 Ha (4,79%)
- g. Kec. Bantul, luas 2.195 Ha (4,33%)
- h. Kec. Jetis, luas 2.447 Ha (4,83%)

- i. Kec. Imogiri, luas 5.449 Ha (10,75%)
- j. Kec. Dlingo, luas 5.587 Ha (11,02%)
- k. Kec. Pleret, luas 2.297 Ha (4,53%)
- l. Kec. Piyungan, luas 3.254 Ha (6,42%)
- m. Kec. Banguntapan, luas 2.848 Ha (5,62%)
- n. Kec. Sewon, luas 2.716 Ha (5,36%)
- o. Kec. Kasihan, luas 3.238 Ha (6,39%)
- p. Kec. Pajangan, luas 3.325 Ha (6,56%)
- q. Kec. Sedayu, luas 3.436 Ha (6,78%)

**b. Visi Misi Kabupaten Bantul**

**Visi**

Untuk mewujudkan tujuan pembangunan Kabupaten Bantul ditetapkan visi daerah, yaitu : "BANTUL PROJOTAMANSARI SEJAHTERA, DEMOKRATIS, DAN AGAMIS".

**Misi**

Misi merupakan pernyataan tentang tujuan operasional organisasi (Pemerintah) yang diwujudkan dalam produk dan pelayanan, sehingga dapat mengikuti irama perubahan zaman bagi pihak-pihak yang berkepentingan bagi masa mendatang. Adapun Misi Kabupaten Bantul adalah sebagai berikut :

- a. Mewujudkan kesejahteraan dengan prioritas mencerdaskan dan meningkatkan derajat kesehatan masyarakat yang didasarkan kepada keimanan dan ketaqwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa.

- b. Mewujudkan penyelenggaraan pemerintah yang baik dan bertanggung jawab.
- c. Mewujudkan demokratisasi dalam segala aspek kehidupan, menghormati hak asasi manusia, dan menjamin tegaknya supremasi hukum.
- d. Mewujudkan peningkatan produksi, produktivitas, dan nilai tambah hasil-hasil potensi daerah yang berkelanjutan dan berwawasan lingkungan.

## **B. Profil PDI Perjuangan**

### **a. Sejarah PDI Perjuangan**

PDIP merupakan keberlanjutan atau transformasi dari PDI di era Orde Baru. PDI sendiri adalah partai yang lahir dari fusi yang dipaksakan oleh negara pada tahun 1973. Terdapat 5 (lima) partai sebagai pembentuk PDI, yakni PNI, Murba, IPKI, Parkindo, dan Partai Katolik. Tiga partai yang disebutkan pertama adalah partai dengan kecenderungan nasionalis-sekuler-progresifpopulis, sementara itu dua partai terakhir adalah partai dengan orientasi keagamaan atau spiritual, yaitu Kristen dan katolik. Kelima partai tersebut sering disebut sebagai kelompok material spiritual, yaitu partai-partai politik dengan orientasi pembangunan materiil tanpa mengabaikan aspek spiritual. PDI kala itu hingga saat ini berganti menjadi PDIP sesungguhnya adalah sebuah partai dengan ramuan ideology yang rumit. Diantara unsur-unsur yang melakukan fusi sendiri terdapat sikap saling curiga. PNI meragukan loyalitas Parkindo dan Partai Katolik kepada bangsa ini karena dianggap sebagai agen imperialisme dan kapitalisme, sementara itu Parkindo dan Partai Katolik sendiri mencurigai PNI memiliki keterkaitan dengan PNI yang Orla dan sekedar menekankan Marhaenisme sehingga tidak pancasialis, sedangkan Murba dicurigai melanjutkan Trotsky.

Dengan demikian tidak aneh apabila pada saat itu Parkindo dan Partai Katolik sempat menggagas fusi bersama menjadi Partai Kristen Demokrat,

meskipun akhirnya tidak terealisasi. PDIP lahir dari pertarungan untuk sintas (survive) dan perlawanan terhadap pemaksaan kehendak negara terhadap kehidupan partai pada masa menjelang keruntuhan Orde Baru. Orde baru dengan berbagai cara berusaha menghalang-halangi tampilnya keturunan Sukarno, dalam hal ini Megawati, untuk tampil memimpin PDI karena dianggap membahayakan penguasa. Konflik berkepanjangan sejak tahun 1993-1999. Mengakibatkan PDI akhirnya pecah, satu pihak dibawah kepemimpinan megawati yang didukung akar rumput dan pihak lain dibawah kepemimpinan Suryadi yang didukung Orde Baru. Legitimasi kedua kubu PDI ini diuji dalam pemilu 1997. Pada pemilu tersebut, PDI kubu suryadi menadi peserta pemilu bersama PPP dan Golkar. Sementara itu, PDI dibawah Megawati mengambil sikap boikot pemilu. PDI kubu Megawati memilih Golput atau melakukan aliansi strategis dengan PPP yang dikenal dengan aliansi 'Mega-Bintang'. Perolehan suara PDI turun drastis dari 14,89 persen (1992) menjadi 3,06 persen (1997). Tajamna perolehan suara PDI menjadi bukti legitimasi krprmimpinan PDI dibawah Megawati.

Setelah Orde Baru tumbang, dualisme kepemimpinan PDI terus berlangsung sampai pada Megawati mendeklarasikan perubahan nama PDI yang dipimpinya menjadi PDI Perjuangan, 14 Februari 1999. Hasil Pemilu 1999 kemudian menjadi bukti untuk kedua kalinya kepemimpinan PDI yang sesungguhnya. Legitimasi rakyat terhadap kepemimpinan PDI ternyata diberikan kepada PDI dibawah Megawati yang telah berubah nama menjadi PDI Perjuangan. Ditengah pluralitas partai politik yang ikut pemilu 1999, PDIP tidak hanya mengalahkan PDI Orde Baru tetapi juga mampu keluar sebagai pemenang pemilu. Hasil pemilunya sangat prestisius, yaitu 33,7 persen. Diduga, pencapaian yang diraih oleh PDIP dalam pemilu itu tidak akan mampu diulang dalam sejarah pemilu-pemilu berikutnya, bahkan oleh partai-partai yang lain. Sedangkan PDI bentukan Orde Baru, yang saat itu dibawah Budi Hardjono, menjadi partai decimal, yaitu perolehan suaranya tidak mencapai 1 persen. Dengan demikian resistensi pendukung PDI dibawah kepemimpinan Megawati telah melahirkan PDI Perjuangan. Pada tanggal 14 Februari 1999, Megawati mendeklarasikan perubahan



nama PDI menjadi PDI Perjuangan (PDIP). Dimana PDIP kemudian terbagi-bagi per wilayah yang salah satunya adalah PDIP cabang Bantul di dalamnya.

**b. Visi dan Misi PDI Perjuangan**

Adapun visi dan misi dari PDI Perjuangan adalah sebagai berikut:

1. Visi

- a. Mewujudkan cita-cita proklamasi kemerdekaan 17 Agustus 1945, sebagaimana dimaksud dalam pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945.
- b. Membangun masyarakat Pancasila dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia yang demokratis, adil dan makmur

2. Misi

- a. Membangun dan menghimpun kekuatan politik rakyat.
- b. Memperjuangkan kepentingan rakyat dibidang ekonomi, sosial, dan budaya secara demokratis.
- c. Berjuang mendapatkan kekuasaan politik secara konstitusional guna mewujudkan pemerintahan yang melindungi segenap bangsa Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa serta ikut melaksanakan ketertiban dunia.

**c. Platform PDIP**

1. Menegakkan Negara Kesatuan Republik Indonesia, Pancasila dan UUD 1945, serta menjaga kebhinekaan bangsa.

2. Memperkokoh budaya gotong royong dalam memecahkan masalah bersama
3. Memperkuat ekonomi Rakyat melalui penataan system produksi, reform agrarian, pemberian proteksi, perluasan akses pasar dan permodalan.
4. Menyediakan pangan dan perumahan yang sehat dan layak bagi Rakyat
5. Membebaskan biaya berobat dan biaya pendidikan bagi Rakyat
6. Memberikan pelayanan umum secara pasti, cepat dan murah
7. Melestarikan lingkungan hidup dan sumber daya alam, serta menerapkan aturan tata ruang secara konsisten
8. Mereformasi birokrasi pemerintahan dalam membangun tata pemerintahan yang baik, bebas dari praktek korupsi, kolusi dan nepotisme
9. Menegakkan prinsip-prinsip demokrasi partisipatoris dalam proses pengambilan keputusan.
10. Menegakkan hokum dengan menjunjung tinggi azas keadilan dan hal azasi manusia.

**d. Fungsi Partai**

Berdasarkan AD/ART, PDI Perjuangan memiliki fungsi sebagai berikut:

- a. Menjadi alat perjuangan guna membentuk dan membangun karakter bangsa.
- b. Mendidik dan mencerdaskan rakyat agar bertanggungjawab menggunakan hak dan kewajibannya sebagai warga negara.
- c. Menghimpun, merumuskan, dan memperjuangkan aspirasi rakyat dalam merumuskan dan menetapkan kebijakan negara.
- d. Menghimpun, membangun dan menggerakkan kekuatan rakyat guna membangun masyarakat pancasila, dan

- e. Melakukan komunikasi politik dan partisipasi politik warga negara.

**e. Tugas Partai**

Tertuang di dalam AD/ART PDI Perjuangan pasal 9, disebutkan tugas partai adalah sebagai berikut:

1. Mempertahankan dan mewujudkan cita-cita negara Proklamasi 17 Agustus 1945 di dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia.
2. Melaksanakan, mempertahankan dan menyebarluaskan Pancasila sebagai pandangan hidup bangsa.
3. Menghimpun dan memperjuangkan aspirasi rakyat sebagai arah kebijakan politik partai.
4. Memperjuangkan kebijakan politik partai menjadi kebijakan politik penyelenggaraan Negara.
5. Mempersiapkan kader partai dalam pengisian jabatan politik dan jabatan publik melalui mekanisme demokrasi dengan memperhatikan kesetaraan dan keadilan gender
6. Mempengaruhi dan mengawasi jalannya penyelenggaraan negara agar terwujud pemerintahan yang bersih dan berwibawa

**f. Jenjang Kepengurusan Partai**

Dalam rangka melaksanakan tugas partai disusun jenjang kepengurusan sebagai berikut:

1. Dewan Pimpinan Pusat (DPP)

- a. Dewan pimpinan pusat merupakan pemegang kekuasaan eksekutif tertinggi partai berdasarkan Anggaran Dasar, Anggaran Rumah Tangga dan Peraturan Partai.
- b. Dewan pimpinan pusat dipilih dan ditetapkan oleh Kongres Partai.
- c. Dewan Pimpinan Pusat mempunyai wewenang bertindak keluar dan kedalam untuk dan atas nama partai.
- d. Dewan pimpinan pusat menetapkan pedoman dan peraturan partai yang diperlukan untuk melaksanakan tugas partai berdasarkan Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga dan Keputusan Kongres.
- e. Dewan Pimpinan Pusat mempunyai tugas sebagai berikut:
  - 1) Melaksanakan peraturan, keputusan, dan program partai di tingkat nasional, serta menyelenggarakan manajemen partai secara modern.
  - 2) Memberikan bimbingan dan pengawasan kepada alat kelengkapan partai, petugas partai dalam lembaga legislative, lembaga eksekutif dan alat kelengkapan partai lainnya di tingkat nasional.
  - 3) Memberikan bimbingan dan pengawasan kepada Dewan Pimpinan Daerah dan Dewan Pimpinan Cabang.
  - 4) Melaksanakan Konsolidasi organisasi dan pendidikan kader partai ditingkat pusat.
  - 5) Menjalankan tugas lainnya yang bersifat eksekutif.
- f. Anggota Dewan Pimpinan Pusat, setelah dipilih oleh kongres partai, mengucapkan sumpah/janji di dalam kongres partai.

- g. Anggota Dewan Pimpinan Pusat wajib mendahulukan tugas dan tanggung jawab sebagai pengurus partai. Dalam hal anggota Dewan Pimpinan Pusat berkeinginan menempati jabatan lain dibidang politik, harus mendapatkan persetujuan terlebih dahulu dari Rapat Dewan Pimpinan Pusat.
  - h. DPP mengesahkan struktu, komposisi, dan personalia DPD dan DPC.
  - i. DPP menetapkan petugas partai, yang ditugaskan di dalam lembagalembaga negara atau organisasi lain di tingkat nasional.
  - j. DPP membentuk fraksi dan menetapkan Pengurus fraksi di DPR/MPR-RI.
2. Dewan Pimpinan daerah (DPD)
- a. DPD adalah pelaksana eksekutif partai tingkat daerah.
  - b. Anggota DPD setelah dipilih dalam konferensi daerah partai mengucapkan sumpah/janji di depan konferensi daerah partai.
  - c. DPD mempunyai wewenang dan kewajiban:
    - 1) Menumbuh kembangkan, memantapkan, dan membina kepengurusan partai di wilayahnya.
    - 2) Memantapkan persatuan dan kesatuan seluruh warga masyarakat dan jajaran partai di wilayahnya.
    - 3) Memimpin, mengkoordinasikan, dan melakukan supervisi terhadap DPC dan kegiatan partai di tingkat daerah.
    - 4) Mengesahkan struktur, komposisi, dan personalia DPC di wilayahnya.
    - 5) Melaksanakan program kerja partai di daerah.

- 6) Membentuk fraksi dan menetapkan pengurus fraksi di DPRD provinsi.
  - 7) Menjatuhkan sanksi terhadap pelanggaran anggota partai sesuai dengan ketentuan Anggaran Dasar/ Anggaran Rumah Tangga.
  - 8) Memutuskan dengan persetujuan DPP partai untuk menarik kembali petugas partai di lembaga negara di daerah.
  - 9) Menyelenggarakan konferensi daerah partai dan menyampaikan pertanggungjawaban pelaksanaan tugas dan kewajibannya di dalam konferensi daerah partai.
  - 10) Menetapkan personil partai untuk bertugas, baik di dalam lembaga negara maupun organisasi lain di tingkat daerah.
3. Dewan Pimpinan Cabang (DPC)
- a. DPC adalah pelaksana eksekutif partai tingkat cabang
  - b. Anggota DPC, setelah dipilih dalam konferensi cabang partai mengucapkan sumpah/janji jabatan di depan konferensi cabang partai.
  - c. DPC mempunyai wewenang dan kewajiban:
    - 1) Menumbuhkembangkan, memantapkan, dan membina kepengurusan partai di wilayahnya.
    - 2) Memantapkan persatuan dan kesatuan seluruh warga masyarakat dan jajaran partai di wilayahnya.
    - 3) Memimpin dan mengkoordinasikan anak cabang partai dan kegiatan partai di wilayahnya.

- 4) Mengesahkan struktur, komposisi, dan personalia pengurus partai di wilayahnya.
- 5) Melaksanakan program kerja partai di wilayahnya.
- 6) Membentuk fraksi dan menetapkan pengurus fraksi partai di DPRD kabupaten/kota.
- 7) Menjatuhkan sanksi terhadap pelanggaran anggota partai sesuai dengan ketentuan Anggaran Dasar/ Anggaran Rumah Tangga.
- 8) Menyelenggarakan konferensi cabang partai dan menyampaikan pertanggungjawaban pelaksanaan tugas dan kewajibannya di dalam konferensi cabang partai.
- 9) Memutuskan dengan dan atas persetujuan DPD partai untuk menarik kembali petugas partai di lembaga negara tingkat kabupaten/kota.

#### 4. Pengurus Anak Cabang (PAC)

- a. PAC adalah pelaksana eksekutif di tingkat kecamatan.
- b. PAC, setelah terpilih dalam Musyawarah Anak Cabang, mengucapkan sumpah/janji jabatan di depan Musyawarah Anak Cabang.
- c. PAC sedikitnya 9 (Sembilan) orang dan sebanyak-banyaknya 11 (sebelas) orang, terdiri dari seorang ketua, beberapa orang wakil ketua, seorang sekretaris, beberapa orang wakil sekretaris, seorang bendahara, dan beberapa orang wakil bendahara.
- d. PAC yang terkena sanksi pembebasan tugas oleh dan setelah rapat PAC dilaporkan kepada DPC untuk mendapatkan persetujuan.

- e. Lowongan pengurus partai yang terjadi di PAC penggantinya diusulkan oleh DPC kepada DPD untuk mendapatkan persetujuan.
  - f. PAC mempunyai wewenang sebagai berikut:
    - 1) Menumbuhkembangkan, memantapkan, dan membina partai di wilayahnya.
    - 2) Memantapkan persatuan dan kesatuan seluruh warga masyarakat dan jajaran partai di wilayahnya.
    - 3) Memimpin dan mengkoordinasikan kegiatan partai di tingkat kecamatan.
  - g. Mengesahkan susunan, komposisi, dan personalia Pengurus Anak Ranting partai di wilayahnya.
  - h. Melaksanakan program kerja partai di wilayahnya.
  - i. Menjatuhkan sanksi peringatan terhadap pelanggaran anggota partai sesuai dengan ketentuan Anggaran Dasar/Anggaran Rumah tangga.
  - j. Menyelenggarakan Musyawarah Anak Cabang Partai dan menyampaikan laporan pelaksanaan tugas dan kewajibannya di dalam Musyawarah Anak Cabang Partai.
5. Pengurus Ranting Partai dan Pengurus Anak Ranting Partai
- a. Pengurus Ranting adalah pelaksana program partai di tingkat desa/kelurahan dan/atau yang setingkat.
  - b. Pengurus Anak Ranting adalah pelaksana program partai di tingkat dusun/rukun warga/lorong/gang dan/atau sebutan lainnya.
  - c. Pengurus Ranting setelah terpilih dalam musyawarah Ranting Partai, mengucapkan sumpah/janji pengurus di dalam Musyawarah Ranting Partai. Pengurus Anak Ranting Partai,



- d. Setelah terpilih dalam rapat anggota Anak Ranting Partai, mengucapkan sumpah/janji pengurus di dalam rapat anggota Anak Ranting Partai.
- e. Pengurus Ranting sedikitnya 7 (tujuh) orang dan sebanyakbanyaknya 9 (Sembilan) orang, terdiri dari seorang ketua, beberapa orang wakil ketua, seorang sekretaris, seorang wakil sekretaris, seorang bendahara, dan seorang wakil bendahara.
- f. Pengurus Anak Ranting sedikitnya 5 (lima) orang dan sebanyak banyaknya 7 (tujuh) orang, terdiri dari seorang ketua, beberapa orang wakil ketua, seorang sekretaris, seorang wakil sekretaris, seorang bendahara.
- g. Pengurus Ranting dan Pengurus Anak Ranting Partai yang terkena sanksi pembebas tugas dan/atau pemberhentian sementara, maka jabatan yang bersangkutan menjadi lowong dengan sendirinya.
- h. Kekosongan (lowongan) di dalam kepengurusan Ranting, maka pengurus Ranting Partai mengusulkan pengisian lowongan tersebut kepada DPC partai melalui PAC Partai.
- i. Kekosongan (kelowongan) di dalam Anak Ranting, maka Pengurus Anak Ranting Partai mengusulkan pengisian lowongan tersebut kepada PAC partai melalui Pengurus Ranting Partai. e. Pengurus Anak Ranting mempunyai wewenang dan kewajiban:
  - j. Menumbuhkembangkan, memantapkan, dan membina partai di wilayahnya.
  - k. Memantapkan persatuan dan kesatuan seluruh warga masyarakat dan jajaran partai di wilayahnya.
  - l. Melaksanakan kegiatan partai di wilayahnya.
  - m. Menjaga nama baik dan menegakkan disiplin partai di wilayahnya.

- n. Memberikan sanksi peringatan terhadap pelanggaran anggota partai sesuai dengan ketentuan Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga.
- o. Menjatuhkan sanksi peringatan terhadap pelanggaran anggota partai sesuai dengan ketentuan Anggaran Dasar/Anggaran Rumah tangga.
- p. Menyelenggarakan Musyawarah Ranting Partai dan/atau rapat anggota partai untuk melaporkan pelaksanaan tugas dan kewajibannya di dalam Musyawarah Anak Ranting

### **C. Partai PDIP di Yogyakarta**

Salah satu daerah yang dikenal selalu memberikan dukungan terhadap PDIP adalah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Tidak pernah ditemui adanya berita yang mengabarkan bahwa pengurus PDIP di wilayah DIY menolak untuk mendukung keputusan-keputusan dari pengurus pusat. Ketika peristiwa kerusuhan 27 Juli 1996 terjadi, kader-kader PDI di DIY dalam waktu yang singkat langsung membuat gerakan yang menunjukkan kesetiaannya terhadap partai. Loyalitas pengurus PDIP di DIY terhadap partai tidak lepas dari besarnya dukungan masyarakat terhadap partai tersebut sejak orde baru runtuh di tahun 1998. Sejak pemilu 1999 hingga 2009 yang lalu PDIP selalu mendapatkan suara yang tinggi di DIY. Partai tersebut hampir selalu menjadi pemenang dalam setiap pemilu yang diselenggarakan di wilayah DIY. Hanya di pemilu 2009 saja perolehan suara partai tersebut kalah dengan perolehan partai Demokrat di wilayah DIY.

Besarnya dukungan yang berasal dari DIY semakin menambah 'keistimewaan' wilayah tersebut dalam konteks hubungannya dengan PDIP. Seperti yang kita ketahui bersama, Yogyakarta merupakan tanah kelahiran Megawati 67 tahun silam. Ternyata, selain sebagai tanah kelahiran sang ketua umum, DIY juga saat ini semakin dikenal sebagai daerah yang memiliki basis massa PDIP dengan jumlah besar. Hal inilah yang kemudian menjadi dasar kekuasaan PDIP yang besar di DIY.

Kepengurusan partai PDIP ditentukan dalam Konferensi Daerah yang dilaksanakan Dewan Perwakilan Daerah (DPD) Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) DIY, pada Minggu 1 Maret 2015 di Hotel Rich Sahid Yogyakarta. Dimana dalam konferensi tersebut menghasilkan 9 Pernyataan Sikap Politik DPD PDIP DIY, yaitu:

- a. Mendukung sepenuhnya pemerintahan Joko Widodo dan Jusuf Kalla, serta konsisten melaksanakan ajaran Bung Karno dalam mewujudkan pemerintahan yang kuat, bersih dari pengaruh kapitalisme dan neo imperialisme,
- b. Mendukung Megawati Soekarno Putri ditetapkan dalam Kongres ke IV PDIP di Bali, sebagai Ketua Umum DPP PDIP periode 2015-2020,
- c. Kongres IV PDIP tahun 2015 meneguhkan kembali kesejahteraan dan perjuangan partai yang berakar dari Ideologi, Gagasan, Cita-cita, Ajaran dan perjuangan Bung Karno,
- d. DIY sebagai pusat pendidikan dan kebudayaan kebangsaan Indonesia, PDIP berkomitmen melaksanakan Bhineka Tunggal Ika dalam kehidupan sehari-hari,
- e. Berjuang mewujudkan ekonomi kerakyatan sesuai Pasal 33 UUD 1944 untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat, serta berkomitmen penuh melaksanakan pembangunan ekonomi rakyat yang dipusatkan di pedesaan dan Kelurahan,
- f. Konsisten mewujudkan penganggaran APBD sesuai perintah konstitusi,
- g. Mendukung Pemerintahan Daerah DIY dibawah kepemimpinan Gubernur Sri Sultan Hamengku Buwono X dan Wakil Gubernur KGPA Sri Paku Alam IX,
- h. Mendukung pemberantasan korupsi dengan mewujudkan kelembagaan KPK, Polri, Kejaksaan, Kehakiman yang kuat,

- i. Dengan semangat Gotong Royong, memenangkan Pilkada diseluruh wilayah DIY.

Dari Konferensi Daerah tersebut juga mendapatkan struktur kepengurusan DPD PDIP sebagai berikut:

- a. Ketua : Bambang Praswanto, MSc,
- b. Wakil Ketua : Eko Suwanto,ST,MSi,
- c. Wakil Ketua : Dra. Tri Daya Rini, MSi,
- d. Wakil Ketua : Y Widi Praptomo, SE,
- e. Wakil Ketua : Sujanarko, SE,
- f. Wakil Ketua : Nuryadi, SPd,
- g. Wakil Ketua : dr.Hasto Wardoyo, SpOG (K),
- h. Wakil Ketua : Dwi Wahyu Budiantoro, SPd, MSi,
- i. Wakil Ketua : Gimmy Rusdin Sinaga, SE,
- j. Wakil Ketua : Dra.Endang Sri Sumartini, MAP,
- k. Wakil Ketua : Imam Priyono DP, SE, MSi
- l. Wakil Ketua : RYS. Gunawan Handoyo HB, SH,
- m. Wakil Ketua : Tony Hari Prasetyo,
- n. Wakil Ketua : Supardi Antono,
- o. Wakil Ketua : Rendradi Suprihandoko, SH, MH,
- p. Wakil Ketua : Yustina Yuyut,
- q. Sekretaris : Yuni Satia Rahayu, S.S, M.Hum,
- r. Wakil Sekretaris Bidang Internal : Gunawan Hartono, S.Sos,

- s. Wakil Sekretaris Bidang Program : Andriana Wulandari, SE,
- t. Bendahara : H.Yoeke Indra Agung L, SE,
- u. Wakil Bendahara : KPH. Purbodiningrat, SE, MBA.

Kondisi Partai PDIP di Yogyakarta yang stabil dan kuat tersebut tidak lepas dari kekuatan PDIP di cabang atau kabupaten. Dewan Pimpinan Cabang (DPC) Bantul merupakan salah satu wilayah yang menunjukkan dominansi PDIP paling kuat di DIY, hal ini dapat dilihat dari sepak terjang para bupati Bantul yang dari tahun 1999 hingga 2015 ini di duduki oleh anggota partai PDIP. Dari tahun 1999-2009 kursi bupati Bantul di duduki oleh Idham Samawi sedangkan dari 2009-2015 di duduki oleh Sri Surya Widati (istri dari Idham Samawi). Dengan dominansi PDIP di wilayah Bantul ini kemudian memperlihatkan keberhasilan humas PDIP DPC Bantul dalam membentuk citra kader dan partai.

Secara garis besar telah dijelaskan bahwa yang termasuk dalam aktivitas kehumasan adalah semua aktivitas yang berhubungan dengan upaya penciptaan *Image* positif suatu organisasi -apapun itu bentuknya-. Jadi aktivitas kehumasan merupakan aktivitas atau kegiatan-kegiatan yang nantinya akan membawa perubahan dan kontribusi positif untuk organisasi atau perusahaan. Aktivitas kehumasan biasanya dilakukan dengan berbagai macam bentuk, ada yang *in door* ataupun *out door*, ada yang melibatkan massa dan ada yang tidak, internal maupun eksternal.

Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) baik di tingkat pusat maupun daerah sama-sama memiliki humas secara terstruktur, meskipun pada saat menjelang pemilu namanya diubah menjadi Team pemenangan (seperti Team Ida-Munir), begitu pula yang terjadi pada PDIP DPC Bantul. Dalam mengukung kandidatnya, PDIP DPC Bantul disini menggunakan nama tim pemenangan Ida-Munir, namun pada prinsipnya humas baik dalam struktur ataupun tim pemenangan berfungsi sama, yaitu sama-sama membuat citra positif partai pada masyarakat dan menyusun strategi demi kemenangan partai dan calon kandidatnya. Kegiatan kehumasan PDIP DPC Bantul dalam mendukung pemilukada Bantul lebih banyak

memanfaatkan peran media massa, seperti media cetak; pamflet, buletin, selebaran dan *press release* pada surat kabar, media elektronik; melalui partisipasi dalam kegiatan interaktif maupun dialogis pada radio-radio dan televisi lokal, media luar ruang; spanduk, baliho, kampanye akbar, pendekatan secara personal, maupun pendekatan secara kultural; terlibat dalam acara-acara rutin di lingkungan setempat.

PDIP DPC Bantul memiliki susunan Humas sebagai berikut:

a. Divisi Humas

Divisi humas disini bertugas untuk menjalin komunikasi dengan stakeholder-stakeholder yang dibutuhkan dukungannya dalam kemenangan kandidat. Divisi humas lebih banyak menjalin relasi dengan lembaga atau personal yang memiliki pengaruh kuat di masyarakat sehingga dapat dengan mudah digandeng demi mewujudkan kemenangan kandidat. Misalnya pada pilkada Bantul ini divisi humas banyak yang bergerak untuk merangkul seniman, organisasi masyarakat serta komunitas. Termasuk juga menggalang dukungan dari partai lainnya yang dapat diajak berkoalisi.

b. Tim Ida-Munir

Tim Ida-Munir merupakan tim yang dibentuk untuk tujuan kemenangan pemilu. Tim ini dibentuk khusus untuk memenangkan calon pasangan Ida-Munir dalam pilkada Bantul 2015 ini. Sehingga tim ini yang mengatur segala sesuatu yang berhubungan dengan komunikasi antara kandidat dengan masyarakat, termasuk mengatur program kerja, visi misi serta mengatur bagaimana Ida-Munir melakukan kampanye.

c. Divisi Media Propaganda dan Informasi

Divisi ini bertugas untuk berkomunikasi dengan media baik media cetak, radio ataupun televisi. Divisi ini lebih banyak berhubungan dengan media guna mengelola informasi yang harus disalurkan ke media serta bagaimana informasi diolah oleh media. Karena media nantinya yang akan membentuk opini dalam masyarakat, sehingga peran divisi media propaganda dan

informasi disini menjadi penting karena akan mempengaruhi citra calon/kandidat.

Dari susunan struktur humas diatas, PDIP DPC Bantul juga menjelaskan strategi dan aktivitas kehumasan dengan menjalankan poin-poin sebagai berikut:

- a. Membuat citra positif partai pada masyarakat dan menyusun strategi demi kemenangan partai dan calon presidennya.
- b. Membuat atribut kampanye; spanduk, brosur, kaos, stiker dan selebaran/pamphlet
- c. Mensosialisasikan platform partai kepada masyarakat.
- d. Mendirikan posko

Sedangkan untuk Pengurus baru lima Dewan Pimpinan Cabang (DPC) PDI Perjuangan kabupaten/kota se-DIY periode 2015-2020 dilantik fungsionaris DPP PDI Perjuangan Sidarto Danusubroto. Pelantikan dilakukan dalam Konferensi Cabang (Konfercab) Serentak PDI Perjuangan DIY di Gedung Jogja Expo Center Banguntapan Bantul pada tanggal 20 Februari 2015. Dengan keputusan bahwa kepengurusan DPC Bantul adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.1**

**Daftar Kepengurusan PDIP DPC Bantul**

<b>NO</b>	<b>NAMA</b>	<b>JABATAN</b>
1	ARYUNADI, SE	KETUA

2	HANUNG RAHARJO, ST	Wakil Ketua Bidang Politik dan Pemenangan Pemilu
3	SRI WAHYU SARASWATI	Wakil Ketua Bidang Keanggotaan dan Organisasi
4	Drs. TIMBUL HARJANA	Wakil Ketua Bidang Ideologi dan Kaderisasi
5	NGATINO	Wakil Ketua Bidang Informasi dan Komunikasi
6	SURATMAN	Wakil Ketua Bidang Pemuda, Pelajar, Mahasiswa dan Olahraga
7	TRI MURYAMINI	Wakil Ketua Bidang Pemberdayaan Perempuan dan Kesra
8	Drs. RASIDI HP	Wakil Ketua Bidang Buruh, Tani dan Nelayan
9	PURWANA	Wakil Ketua Bidang Pembangunan Daerah dan Pemerintah
10	ENDRO SULASTOMO, SH	Wakil Ketua Bidang Hukum, HAM dan Advokasi
11	MARDJONO	Wakil Ketua Bidang Kehormatan
12	RISTIYANTO, SE	Wakil Ketua Bidang Sumber Daya dan Dana
13	ENDANG SULASTRI SRI K	Wakil Ketua Bidang Industri Perdagangan, UKM, Koperasi dan Tenaga Kerja
14	NUR HANDOKO, ST	Wakil Ketua Bidang Energi, Pertambangan dan Lingkungan Hidup
15	RS KUSBOWO PRASETYO	SEKRETARIS
16	MARCELLIA EMI PURWANTI	Wakil Sekretaris Bidang Internal
17	TUTIK SETYA NINGSIH	Wakil Sekretaris Bidang Program
18	Hj. SRI SURYA WIDATI	BENDAHARA
19	AZWIR AGUS, SE	Wakil Bendahara Bidang Inventarisasi dan Kekayaan Partai

Sumber: PDIP DPC Bantul

Daftar Tim pemenangan pilukada 2015 untuk Ida-Munir adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.2**

**Daftar Tim Pemenangan Pilukada 2015**

NO	NAMA	POSISI
----	------	--------



1	Aryunadi	Dewan Penasehat Tim Pemenangan Pemilu
2	Hanung Raharjo	Ketua Tim Pemenangan Pemilu
3	Ngatino	Wakil Ketua Tim Pemenangan Pemilu
4	Drs. Timbul Harjana	Penanggung Jawab Bagian Pengorganisasian Massa
5	Suratman	Penanggung Jawab Organisir kalangan Pemuda, Pelajar, Mahasiswa dan Olahraga
6	Drs. Rasidi Hp	Penanggung Jawab Organisir Kalangan Bidang Buruh, Tani dan Nelayan
7	Mardjono	Penanggung Jawab Atribut Kampanye
8	Endro Sulastomo	Penanggung Jawab Hubungan dengan Media
9.	Purwana	Bagian Konsolidasi dengan stakeholder
10	Endang Sulastri Sri K	Dokumentasi/arsip



### **BAB III**

### **HASIL PENELITIAN**

Pada bab ini akan dijelaskan tentang hasil penelitian yang telah peneliti lakukan dengan melakukan wawancara dengan beberapa sumber terkait yang mampu menjawab tentang permasalahan-permasalahan dalam penelitian. Sehingga dalam bab ini akan berisi tentang hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti.

## **A. Peran Humas Partai PDIP dalam Pilkada Serentak di Kabupaten Bantul 2015**

### **a. Melakukan Sosialisasi**

Pemilukada 2015 untuk Kabupaten Bantul membuat catatan sejarah tersendiri, hal ini karena kekuasaan PDIP yang sudah lebih dari 17 tahun harus kandas dan tergantikan oleh rezim baru. Pasangan calon Bupati-wakil Bupati yang diajukan oleh PDIP adalah pasangan incumbent yaitu Sri Surya Widati-Misbakhul Munir. Kekalahan PDIP di basis PDIP sendiri kemudian menimbulkan banyak pertanyaan, seperti kenapa PDIP kalah dan apa penyebab kekalahan PDIP. Dalam hal ini penelitian ini melihat dari sudut pandang Humas partai PDIP dalam melihat kekalahan PDIP dalam Pilkada serentak 2015. Humas pada dasarnya merupakan bagian atau orang yang berfungsi melakukan komunikasi dengan menjalin hubungan dengan banyak pihak untuk kepentingan organisasi ataupun lembaga yang diwakilinya.

Komunikasi yang dilakukan oleh Humas PDIP ini kemudian salah satunya adalah dengan melakukan sosialisasi kepada masyarakat atau publik, terkait dengan apa saja program partai untuk masyarakat kedepannya. Dalam hal pemilukada, sosialisasi digunakan sebagai salah satu cara untuk berkomunikasi dengan masyarakat terkait kandidat yang diusung oleh partai serta apa saja program kerja kandidat jika memang akan terpilih nantinya. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh narasumber sebagai berikut:

“kita komunikasikan terlebih dahulu kepada masyarakat tentang siapa kandidat yang kita usung, terus juga kredibilitas dari kandidat kita pertajam lagi dikarenakan yang dibutuhkan oleh masyarakat adalah seberapa baik calon yang akan diusung, selain itu juga tentang program-program kerja yang akan dilakukan sebagai janji kandidat jika menang nantinya.” (wawancara Bapak Ngatino pada tanggal 21 Januari 2016)

Wawancara tersebut kemudian dapat terlihat bahwa disini humas PDIP Bantul melakukan tugasnya dalam berkomunikasi kepada masyarakat terkait dengan kandidat yang diusung oleh partai. Selain itu, disini humas PDIP juga berkomunikasi tentang segala informasi yang diharapkan akan mampu membantu masyarakat lebih mengenal tentang kandidat yang diusung oleh PDIP Bantul, sehingga kemudian diharapkan masyarakat akan dapat memberikan penilaian yang baik nantinya saat diadakan pemungutan suara.

Sosialisasi disini lebih mengutamakan tentang pengenalan antara masyarakat dengan kandidat yang diusung oleh partai, karena jika masyarakat mengenal dengan baik siapa saja calon pemimpin mereka, maka akan mempengaruhi bagaimana masyarakat menentukan pilihannya nantinya.

“kita perkenalkan kepada masyarakat, kita ajak kandidat untuk mendatangi acar-acara di masyarakat, kita juga menceritakan siapa ini kandidatnya, kiprahnya apa saja, latar belakangnya bagaimana dan sebagainya, karena disini nantinya akan berpengaruh terjadap bagaimana kandidat itu sendiri.” (wawancara Bapak Hanung Raharjo,ST pada tanggal 21 Januari 2016)

Wawancara tersebut kemudian memperlihatkan upaya sosialisasi yang dilakukan oleh humas, dimana diantaranya adalah dengan memperkenalkan kandidat kepada masyarakat, tentang latar belakang kandidat, kiprah kandidat serta segala sesuatu yang perlu diketahui oleh masyarakat terkait calon yang diusung oleh partai. Sehingga kemudian dapat dikatakan bahwa aktivitas sosialisasi yang dilakukan oleh humas

disini adalah lebih kepada bagaimana memperkenalkan calon yang diusung partai kepada masyarakat dan apa yang dijanjikan oleh kandidat kepada masyarakat.

**b. Menjalin Hubungan dengan Para Stakeholder**

Pelaksanaan pemilu pada serentak di Bantul tahun 2015 menjadi momen penting bagi humas partai PDIP Bantul untuk memaksimalkan tugasnya, hal ini dikarenakan calon yang diajukan merupakan *incumbent*. Pencalonan kembali seorang *incumbent* merupakan bukan hal yang mudah, karena dibalik posisinya sebagai *incumbent* tentu memiliki banyak kelebihan dan kekurangan, dan kekurangan inilah yang kemudian sering digunakan oleh lawan untuk menjatuhkan kredibilitas dari calon seorang *incumbent*. Sehingga, dalam masa seperti ini, kampanye merupakan waktu yang penting untuk bias mendapatkan suara atau memenangkan pemilu.

Humas juga dapat dikatakan sebagai wajah dari organisasi, karena bagian humaslah yang kemudian menjalin hubungan dengan lembaga atau stakeholder diluar untuk kepentingan organisasi. Hal tersebut kemudian sesuai dengan pernyataan dari divisi Humas PDIP Bantul Bapak Ngatino sebagai berikut:

“ya kami disini menjadi wajah partai, kami yang melakukan pendekatan ke orang ataupun lembaga atau stakeholder diluar PDIP untuk membuka jaringan yang lebih luas. Kami juga melakukan tugas untuk menghubungi media dan mengelola berita yang harus kami kirim ke media. Intinya tugas kami adalah menjaga agar citra PDIP bantul tetap baik dimata public.” (wawancara Bapak Ngatino pada tanggal 21 Januari 2016)

Berdasarkan wawancara diatas maka dapat disimpulkan bahwa humas partai PDIP disini bertugas untuk menjaga agar citra partai tetap baik dimata public serta membina hubungan dengan pihak luar yang berhubungan dengan aktivitas partai. Pernyataan ini juga sesuai dengan

garis besar tujuan divisi humas dalam partai PDIP Bantul, sebagaimana disebutkan berikut:

“Divisi humas disini bertugas untuk menjalin komunikasi dengan stakeholder-stakeholder yang dibutuhkan dukungannya dalam kemenangan kandidat. Divisi humas lebih banyak menjalin relasi dengan lembaga atau personal yang memiliki pengaruh kuat di masyarakat sehingga dapat dengan mudah digandeng demi mewujudkan kemenangan kandidat. Misalnya pada pilkada Bantul ini divisi humas banyak yang bergerak untuk merangkul seniman, organisasi masyarakat serta komunitas. Termasuk juga menggalang dukungan dari partai lainnya yang dapat diajak berkoalisi” (Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ngatino, pada Tanggal 21 Januari 2016)

Pernyataan diatas kemudian memberikan gambaran tentang tugas humas dalam partai PDIP Bantul. Dimana narasumber memberikan penjelasan bahwa humas partai PDIP disini bertanggung jawab dalam menjalin hubungan dengan orang-orang yang memiliki pengaruh kuat di dalam masyarakat serta menjaga hubungan dengan lembaga-lembaga yang memiliki potensi kuat untuk membantu partai kedepannya.

Membangun hubungan antara masyarakat dengan partai ini kemudian sering diwujudkan dengan mendatangi masyarakat secara langsung ataupun melakukan pertemuan dengan masyarakat, seperti yang terlihat dalam gambar dibawah ini:



**Gambar 3, Pertemuan dengan Masyarakat oleh Calon Ida-Munir**



**Gambar 4, Pertemuan dengan Masyarakat oleh Calon Ida-Munir**

Gambar-gambar diatas kemudian menunjukkan kampanye yang telah dilakukan oleh pasangan kandidat.

**c. Komunikasi Internal**

Komunikasi internal menjadi penting karena dengan terciptanya komunikasi internal yang baik dapat mendukung kerjasama atau kinerja yang baik pula diantara anggota partai. Komunikasi internal yang baik akan mendukung terciptanya sinergi diantara kader partai, dan ini penting untuk diperhatikan mengingat kerjasama yang apik dari dalam partai politik akan ikut membangun terciptanya kinerja yang semakin baik juga. Sehingga dari sinilah kemudian dibutuhkan adanya interaksi yang baik antar sesama anggota partai yang dapat dilihat dari komunikasi internalnya. Jika komunikasi internal antar kader partai bermasalah maka hal ini akan menimbulkan problematika dalam upaya partai politik untuk memenangkan pemilihan umum. Hal ini seperti yang disampaikan oleh narasumber sebagai berikut:

“komunikasi internal kami sempat bermasalah karena terjadi konflik diantara para kader, dan ini ya murni secara personal tapi terbawa-bawa dalam organisasi. Hal ini pula yang mengganggu terciptanya kerjasama yang baik dalam

tubuh partai” (Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Hanung Raharjo,ST pada Tanggal 25 Januari 2016)

Wawancara diatas kemudian menunjukkan bahwa kerjasama antar kader dalam partai mengalami permasalahan karena konflik internal dari kader partai yang berawal dari kurangnya komunikasi diantara sesama kader. Sehingga, hal itulah yang kemudian membuat partai politik, seperti organisasi komersial, harus mengembangkan saluran komunikasi internal sehingga anggota (khususnya anggota partai politik yang terlibat dalam kapasitas publik) sadar akan pesan yang akan disampaikan, dan untuk memastikan bahwa berbagai elemen yang berbeda dari operasi public relations bekerja satu sama lain secara efektif.

**d. Menjalinkan Hubungan dengan Media**

**a. Manajemen Media**

Manajemen media disini mengharuskan humas untuk memiliki hubungan yang baik dengan media. Hal ini karena bagi seorang politisi, media merupakan factor penting yang harus dimiliki karena dengan media inilah kemudian seorang politisi mampu mengenalkan dirinya ke masyarakat atau agar dikenal oleh masyarakat, karena humas PDIP disini juga bertugas menjaga hubungan antara pasangan kandidat di depan media. Karena media dapat menjadi teman ataupun musuh, dari medialah kemudian selama masa kampanye yang terbentuk pada benak masyarakat ditentukan oleh apa yang masyarakat terima dari media. Selama melakukan kampanye, media menjadi elemen penting yang harus tetap dijaga agar nantinya dapat membantu tim pemenangan pemilu dalam membentuk opini dalam masyarakat tentang image kandidat. Oleh karena itu seorang humas partai khususnya PDIP Bantul disini perlu untuk memanajemen media agar dapat berkesinambungan dengan diri politisi. Hal ini seperti yang disampaikan oleh narasumber sebagai berikut:

“ya kami disini melakukan pendekatan ke media, kami meninjau media mana saja yang setidaknya bisa kita gandeng untuk ikut melancarkan jalannya pemilu. Selain itu, kami juga selalu memonitor media karena medialah yang dapat menjadi kawan atau lawan saat mendekati pemilu seperti ini” (Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ngatino, pada Tanggal 21 Januari 2016)

Berdasarkan wawancara diatas kemudian dapat dilihat pentingnya manajemen media dalam melakukan kampanye politik. Manajemen media yang baik akan memberikan dampak yang baik bagi humas partai untuk dapat mengelola isu-isu yang sedang beredar dimasyarakat serta public tentunya.

#### **b. Manajemen Citra**

Citra merupakan hal penting yang harus dimiliki oleh seorang kandidat dalam pemilihan umum, hal ini kemudian yang menjadi tugas bagi seorang humas untuk menjaga agar citra dari kandidat disini tetap bersih atau baik dimata public. Sehingga kemudian dapat dikatakan bahwa citra politik penting karena menjadi ciri pembeda antara partai politik dan politikus. Selain itu, humas juga berfungsi dalam penjagaan citra kandidat ataupun partai, sehingga penting bagi seorang humas untuk mampu mengatur segala berita yang muncul di media. Hal ini karena humas harus senantiasa menjaga citra partai dimata publik agar partai politik tetap terlihat kredibel di mata publik. Dari sini kemudian dapat dilihat fungsi dari media itu sendiri, media difungsikan untuk membentuk citra kandidat. Media dapat membantu meningkatkan citra kandidat ataupun menurunkan citra kandidat. Gambar berikut dibawah ini merupakan gambaran media saat meningkatkan citra dan menurunkan citra kandidat:





**Gambar 1, Gambar Bentrokan saat Kampanye PDIP Bantul**

Sumber: <http://www.harianjogja.com/baca/2015/11/22/kampanye-terbuka-ida-munir-bentrok-4-orang-luka-dan-sepeda-motor-dibakar-663273>

Gambar diatas merupakan bentrokan yang terjadi saat kampanye pemilu untuk partai PDIP Bantul atau untuk pasangan Ida-Munir yang dimuat dalam salah satu harian local jogja. Gambar diatas kemudian dapat digunakan untuk menyerang image PDIP Bantul dan tentu saja dapat menyerang kandidat pemilu. Kemudian untuk gambaran media yang mampu menandingi berita tersebut dapat dilihat dari gambar berikut ini:

### Ida-Munir Gelar Kampanye Dialogis di Dlingo

Editor : Agus Sigit | Kamis, 08 Oktober 2015 | 07:43 WIB



Warga menyampaikan aspirasinya dalam acara kampanye dialogis bersama Cabup/Cawabup Ida -Munir. Foto: Sukro Riyadi.

**BANTUL (KRJogja.com)** - Persoalan infrastruktur jalan di wilayah Kecamatan Dlingo Bantul perlu mendapat perhatian serius. Hingga? sekarang jalan masih menjadi penopang utama dalam untuk menggerakkan sektor perekonomian di wilayah itu.?

Hal tersebut mengemuka dalam program kampanye dialogis? Cabup/Cawabup pasangan Hj Sri Surya Widati/Misbakhul Munir (Ida-Munir) di Dusun Gunung Cilik Desa Muntuk Kecamatan Dlingo Bantul, Rabu (7/10).?

Dalam kesempatan itu pasangan Hj Sri Surya Widati mengatakan, pihaknya kesempatan kepada semua lapisan masyarakat untuk menyampaikan aspirasinya sebagai pijakan pembangunan lima tahun ke depan. Dengan aspirasi itu diharapkan bisa dijadikan acuan dalam pembangunan di wilayah Bantul. Karena aspirasi warga yang disampaikan dalam

**Gambar 2, Gambar Kampanye Damai dengan Masyarakat oleh PDIP Bantul**

Sumber: [http://www.krjogja.com/web/news/read/277074/ida\\_munir\\_gelar\\_kampanye\\_dialogis\\_di\\_dlingo](http://www.krjogja.com/web/news/read/277074/ida_munir_gelar_kampanye_dialogis_di_dlingo)

Dua gambar diatas merupakan bentukan citra positif dan negative yang ditampilkan oleh dua media local yang berbeda di Yogyakarta. Hal ini kemudian memperkuat asumsi bahwa media mampu mempengaruhi citra dari seorang kandidat di mata masyarakat. Hal ini seperti yang disampaikan oleh narasumber sebagai berikut ini:

“ya yang pertama itu ya kita sebagai humas disini harus melihat sampai sejauh mana citra dari kandidat yang kami ajukan dimata public. Kami juga memantain agar citra tersebut kemudian dapat dijaga atau terjaga dan sebisa mungkin menaikkan citra positif kandidat agar masyarakat semakin percaya dengan kredibilitas kandidat” (Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ngatino, pada Tanggal 21 Januari 2016)

Dari wawancara diatas kemudian dapat dilihat bahwa menjaga citra seorang kandidat merupakan langkah yang penting, karena dari citra inilah kemudian kandidat dalam pemilihan umum dapat memperoleh suara dari rakyat

### c. Manajemen Informasi

Karena humas merupakan divisi yang memiliki hubungan dengan banyak pihak, pada akhirnya humas juga dituntut untuk dapat mengatur setiap informasi, atau dapat dikatakan memfilter informasi baik yang harus disampaikan di dalam ataupun diluar partai. Hal ini demi kepentingan bersama dan agar informasi-informasi penting tidak menjadi konsumsi public. Hal ini karena pada dasarnya manajemen informasi dirancang untuk mengontrol dan memanipulasi alur informasi dari partai politik maupun politikus di ruang publik. Kondisi inilah yang kemudian membuat humas partai PDIP ini kemudian memiliki fungsi yang berbeda ketika menjelang pemilukada. Humas PDIP Bantul akan membentuk sub-sub unit untuk membantu kelancaran distribusi informasi diantara para anggota partai ataupun

masyarakat. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh narasumber sebagai berikut:

“kalau menjelang pemilu biasanya kami akan membuat tim-tim yang nantinya setiap tim akan memiliki tugas yang berbeda. Hal ini untuk membuat langkah kami menjelang pemilu semakin mulus saja. Pembentukan sub-sub unit ini juga untuk semakin memudahkan target dan sasaran kami” (Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Bapak Aryunadi,SE pada Tanggal 21 Januari 2016)

Berdasarkan pernyataan diatas kemudian dapat dilihat bahwa dalam meghadapi pemilu, tim humas dari PDIP Bantul ini akan dibagi menjadi beberapa bagian yang sesuai dengan sasaran dan target yang dituju oleh partai politik demi membantu kelancaran distribusi informasi. Pembagian humas kedalam sub-sub unit ini kemudian disesuaikan dengan ruang lingkup wilayah dan tujuan yang akan dicapai. Untuk lebih jelasnya lagi kemudian pembentukan sub unit humas dijelaskan sebagai berikut:

“pembentukan unit ini biasanya dilakukan secara mendadak, jadi nanti kami akan membuat tim-tim yang mana nanti kader partai akan dimasukkan kedalam tim-tim tersebut, dengan tetap di pimpin oleh seorang humas yang memandu kinerja tim-tim tersebut menjelang pemilu. Biasanya sudah dibentuk satu tahun sebelum pemilihan umum. Kita nanti akan dibentuk menjadi beberapa tim seperti tim sukses, tim propaganda dan media, tim humas” (Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Aryunadi,SE pada Tanggal 21 Januari 2016)

Berdasarkan wawancara diatas kemudian dapat dilihat bahwa peran humas menjadi berubah ketika memasuki masa pemilu. Humas kemudian dibagi menjadi beberapa tim yang dimaksudkan untuk mendukung kesuksesan pemilu, dengan dibantu oleh kader partai yang lain diluar anggota humas. Meskipun begitu, anggota humas tetap menjadi leader di setiap tim untuk mengarahkan kinerja kader. Pada

pemilukada serentak 2015, tim humas partai PDIP Bantul membentuk sub tim yang bertujuan untuk melancarkan jalannya pemilihan umum bagi partai PDIP kedepannya. Adapun unit-unit yang dibentuk disini kemudian diantaranya adalah sebagai berikut (Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Aryunadi, SE pada Tanggal 21 Januari 2016):

a) Tim media

Bagian media disini kemudian berfungsi untuk mengolah setiap berita yang akan di tayangkan di media, serta memback-up setiap berita di media yang sekiranya akan mempengaruhi citra atau *image* kandidat yang diusung oleh partai. Selain itu, bagian ini pula yang bertugas melakukan *release* ke media, termasuk dalam melakukan *press release* ataupun *press conference*.

b) Tim kaderisasi

Bagian ini bertugas untuk melakukan kaderisasi untuk kader-kader potensial yang mampu membantu partai dalam memperbanyak pendukung, memilih kader-kader yang akan ditugaskan untuk jadi saksi guna mengawal suara pemilih disaat pemilihan berlangsung, tim ini juga bertugas untuk tetap mempersatukan kader-kader lama dan baru dari partai.

c) Tim konsolidasi

Tim ini berfungsi untuk melakukan konsolidasi ke dalam ataupun ke luar. Dimana konsolidasi ke dalam adalah dengan tetap mempererat kondisi internal partai dan mengeratkan kekuatan dari dalam partai, sedangkan untuk konsolidasi keluar adalah berusaha menguatkan hubungan antara partai dengan organisasi ataupun kelompok masyarakat lainnya di luar partai. Hal ini dilakukan agar dukungan terhadap partai dalam pemilu semakin besar lagi kedepannya.

d) Tim Riset

Tim ini dimaksudkan untuk mampu mencari data dengan melakukan penelitian untuk melihat bagaimana kecenderungan-kecenderungan yang ada dalam masyarakat, agar kemudian dapat disusun program-program kerja yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Tim riset ini bertugas mencari data di lapangan, dan bertugas dari sebelum dilaksanakannya pemilu, menjelang pemilu, hingga akhir masa kampanye. Tim riset disini cukup berperan

penting dalam pelaksanaan pemilu, karena setiap langkah yang diambil oleh partai dan kandidatnya di dasarkan pada data yang diperoleh oleh tim ini.

Berdasarkan uraian diatas maka, dapat diketahui bahwa pembentukan unit-unit untuk kebutuhan agar perencanaan kampanye untuk menghadapi pemilu dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan tujuan yang hendak di capai. Pembentukan unit ini dilakukan agar dapat mengakomodir simpatisan yang tersebar di berbagai tempat. Dalam pemilu, simpatisan atau orang-orang yang bergerak untuk kesuksesan pemilu tersebar di berbagai tempat yang berfungsi untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat, dan disinilah kemudian fungsi humas dalam mengarahkan simpatisan kampanye agar dapat berjalan sesuai dengan prosedur yang sudah di tentukan dalam partai. Hal ini kemudian seperti yang disampaikan oleh narasumber dibawah ini:

“kami sebagai tim humas disini bertanggungjawab secara penuh untuk pelaksanaan kampanye pemilu tahun ini, jadi tim kami membuat rencana-rencana kampanye yang sudah disetujui oleh anggota dewan partai, dalam hal ini kami disini sudah merancang jauh-jauh hari berkaitan dengan aktivitas partai juga aktivitas kandidat yang kami calonkan” (Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ngatino, pada Tanggal 21 Januari 2016)

Pernyataan dari narasumber diatas kemudian menegaskan bahwa dalam masa menjelang pemilihan umum, humas partai memiliki tanggungjawab untuk mengatur hampir sebagian besar aktifitas kampanye partai politik yang telah disetujui oleh anggota dewan partai politik, termasuk juga dalam distribusi informasi hingga ke level paling bawah dari masyarakat.

Dalam kampanye inilah kemudian humas memiliki peran yang besar karena kampanye adalah keahlian seorang humas, humas disini harus mendistribusikan informasi kepada setiap masyarakat yang membutuhkan informasi terkait dengan kandidat dan program yang

diusung oleh kandidat. Dalam kampanye, praktisi humas partai akan melakukan komunikasi dalam bentuk komunikasi politik dengan tujuan untuk memperkenalkan calon kandidat yang akan diusung dalam pemilihan umum, selain itu juga untuk menggalang simpatisan serta dukungan dari masyarakat. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh narasumber dibawah ini:

“kalau dalam kampanye itu tugas kami banyak, kami mulai biasanya jauh-jauh hari sebelum mendekati pemilu. Kami mulai merapatkan barisan kader-kader kami di tiap basis untuk menguatkan dukungan kami di setiap basis. Hal ini kemudian kami lakukan dengan secara intens berkomunikasi dengan pihak-pihak tertentu yang dapat kami gandeng dalam pemilukada, selain itu kami juga menyusun program-program yang akan kami gunakan sebagai senjata kami untuk memenangkan simpati masyarakat. Program-program ini kemudian kami susun bersama-sama dengan anggota partai yang lain karena penyusunan program kerja ini berdasarkan kondisi riil di masyarakat, terkait apa yang dibutuhkan oleh masyarakat.” (Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Aryunadi,SE pada Tanggal 21 Januari 2016)

Berdasarkan uraian jawaban dari narasumber diatas kemudian dapat dilihat bahwa humas partai PDIP Bantul disini dalam menyiapkan diri untuk kampanye mencoba berkoordinasi dengan anggota partai yang lainnya untuk menyusun program ataupun menyusun rencana menghadapi kampanye pemilu, seperti menyusun program kerja kandidat ataupun melakukan penelitian di masyarakat untuk melihat elektabilitas dari calon kandidat. Hal ini seperti yang disampaikan oleh narasumber sebagai berikut:

“kami biasanya secara rutin melakukan survey ke masyarakat untuk melihat elektabilitas dari calon yang kami ajukan, karena ini nantinya akan membuat kami bias mengira-ngira apa saja yang dibutuhkan untuk calon kami agar bisa menang nantinya” (Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Aryunadi,SE pada Tanggal 21 Januari 2016)

Berdasarkan paparan diatas kemudian dapat dilihat bahwa humas PDIP disini melaksanakan fungsinya untuk membangun hubungan antara masyarakat dengan partai sebagai organisasi.

## **B. Faktor-faktor Kekalahan PDIP dalam Pilkada Serentak di Kabupaten Bantul 2015**

### **1. Kurang Aktif dalam Merespon Isu**

Pemilukada serentak yang dilakukan pada tahun 2015 ini menjadi pembelajaran yang besar bagi anggota humas partai PDIP, hal ini karena PDIP kalah pada pemilihan umum tahun 2015. Kekalahan PDIP ini kemudian menjadi pelajaran yang nyata bagi kader PDIP, karena bagi humas PDIP sendiri apa yang sudah dilakukan dalam pemilihan umum 2015 sudah dilakukan semaksimal mungkin, seperti yang disampaikan oleh narasumber sebagai berikut:

“ya kekalahan kemaren merupakan hal yang sulit kami terima, karena kami merasa bahwa kami sudah melakukan yang terbaik dalam kampanye kemaren. Kami sempat shock karena ini diluar perkiraan kami.” (Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Hanung Raharjo,ST pada Tanggal 25 Januari 2016)

Pernyataan diatas kemudian memberi bayangan tentang kekecewaan yang disampaikan oleh humas partai PDIP Bantul karena kekalahan yang dialami oleh PDIP itu sendiri. Kekalahan yang dialami oleh PDIP pada pemilukada Bantul ini menurut pihak Humas Partai PDIP terjadi karena banyak hal, seperti yang diungkapkan oleh ketua PDIP Bantul sebagai berikut:

“kami merasa bahwa kekalahan kami ini karena kami kurang aktif dalam merespon serangan-serangan lawan, selain itu kami juga merasa bahwa terlalu banyak masalah internal yang kemudian membuat sinergi kami menjadi berkurang. Selain itu, peraturan-peraturan yang baru tentang atribut pemilu kemudian juga mempengaruhi strategi kampanye kami, dan media banyak yang

menjatuhkan citra calon kami. Inilah yang kemudian menjadikan kami kalah dalam pemilu tahun ini” (Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Hanung Raharjo,ST pada Tanggal 25 Januari 2016)

Berdasarkan wawancara diatas kemudian dapat dilihat bahwa kekalahan yang dialami oleh PDIP ini menurut pihak Humas partai PDIP dikarenakan hal-hal seperti adanya penjatuhan citra yang dilakukan oleh lawan ataupun kurangnya atribut kampanye yang disetujui oleh KPU. Hal ini kemudian dapat diartikan bahwa humas PDIP kurang sigap dalam merespon isu-isu yang dialamatkan kepadanya, dimana ketika terdapat isu yang menjatuhkan atau menyerang tidak langsung ditanggapi oleh humas PDIP. Sepertihalnya yang diungkapkan oleh informan sebagai berikut:

“banyak isu-isu yang kemudian beredar dimasyarakat, terutama di media-media yang menyatakan tentang kandidat-kandidat kami ya politik dinastilah, korupsinya pak Idam, masalah-masalah lainnya yang belum selesa pada periode lalu kemudian diajukan untuk melawan kami, untuk membuktikan bahwa kami ini belum bisa menyelesaikan pekerjaan dengan baik hingga masyarakat pada akhirnya meragukan kredibilitas kerja dari kami” (Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Hanung Raharjo,ST pada Tanggal 25 Januari 2016)

Wawancara tersebut kemudian menunjukkan bahwa disini humas PDIP kurang bisa mengelola isu-isu yang dialamatkan kepadanya dimana dalam hal ini menjatuhkan kandidat yang diusung oleh PDIP. Kurang cepatnya respon yang diberikan disini menurut narasumber diakibatkan oleh beberapa hal sebagai berikut:

“kami kurang cepat dalam merespon isu disini lebih diakibatkan karena sistem dalam partai yang bertele-tele, dimana setiap ada isu, kami harus mengkoordinasikan dengan seluruh anggota partai dan menunggu tindakan dari pimpinan untuk langkah selanjutnya. Karena disini kan kami sebagai humas tidak bisa bertindak sendiri, harus sesuai dengan persetujuan dari anggota partai yang lainnya ataupun dari pimpinan. Karena itulah kemudian kami tidak bisa sigap dalam merespon setiap isu yang menjatuhkan kami” (Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Aryunadi,SE pada Tanggal 25 Januari 2016)



Wawancara diatas kemudian menunjukkan bahwa disini humas PDIP tidak bisa cepat dalam merespon isu karena adanya sitem yang harus mereka lalui untuk bisa dengan cepat merespon isu, harus melalui proses koordinasi dengan anggota partai yang lain ataupun dengan pimpinan. Hal ini terjadi karena humas PDIP tidak bisa membuat sebuah keputusan sepihak tanpa persetujuan dari pimpinan ataupun anggota partai yang lainnya. sehingga kemudian membuat humas tidak bisa merespon isu dengan cepat.

## 2. **Kesalahan dalam Kampanye**

Kesalahan dalam kampanye disini seringkali menjadi salah satu penyebab yang tak dapat diperhitungkan ataupun diperhatikan lebih lanjut oleh humas partai, hal ini karena masa kampanye tidak terulang lagi, sehingga kesalahan-kesalahan dalam kampanye hanya akan menjadi bahan evaluasi untuk pemilu yang akan datang. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh narasumber sebagai berikut:

“kami yang di Humas sebenarnya merasa kurang maksimal dengan apa yang sudah kami lakukan dalam proses kampanye. Kami masih merasa bahwa komunikasi yang kami lakukan masih sangat kurang sehingga kami pikir rakyat belum memahami penuh apa tujuan kami, selain itu kami juga merasa bahwa kami kalah untuk meyakinkan rakyat. Ini kemudian yang menjadi evaluasi bagi kami kedepannya” (Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ngatino, pada Tanggal 21 Januari 2016)

Berdasarkan wawancara diatas kemudian dapat dilihat bahwa dari pihak humas lebih menekankan pada kurangnya komunikasi politik yang dilakukan ke masyarakatlah yang kemudian mengakibatkan mereka menjadi kalah, karena hal ini berpengaruh pada persepsi masyarakat tentang calon kandidat yang diusung oleh PDIP. Komunikasi politik menjadi penting dalam pelaksanaan pemilu karena dari sinilah kemudian humas menyampaikan banyak hal tentang kandidat yang diusung.

Kesalahan dalam melakukan komunikasi politik akan berakibat citra kandidat yang diusung, karena salah langkah dalam komunikasi akan mengakibatkan jatuhnya citra kandidat atau *disbelief* dari rakyat. Seperti yang diungkapkan oleh narasumber sebagai berikut:

“lawan banyak menggunakan kekurangan-kekurangan pada pemerintahan bu Ida untuk menyerang kami, dan ini menjadi poin penting karena rakyat juga tahu apa kekurangan dari kami. Serangan-serangan dari lawan juga banyak di dukung oleh media, dan ini membuat image kami jadi turun. Selain itu, kasus yang menimpa Pak Idham juga kemudian dibesar-besarkan oleh media dan dijadikan untuk menyerang kami.” (Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Aryunadi, SE pada Tanggal 21 Januari 2016)

Wawancara diatas kemudian juga menegaskan bahwa PDIP tidak dalam posisi bagus dihadapan media dan banyak serangan leh lawan yang kemudian dilakukan oleh media untuk menjatuhkan kredibilitas partai. Hal ini kemudian dapat dilihat dari screenshot berita dibawah ini:

Home » BERITA » gara-gara Idham, Ida-Munir dihadang Panwascam

### gara-gara Idham, Ida-Munir dihadang Panwascam

(389 Views) September 25, 2015 3:23 pm | Published by suara pemilih cyber team | No comment

WhatsApp Facebook Twitter Messenger Print Email Telegram Share



**Suarapemilih.com** – Mantan Bupati Bantul Idham Samawi dianggap melakukan kampanye untuk dukung istrinya yang menjadi calon bupati pada Pilkada 2015 namun tidak sesuai waktu yang telah ditentukan. Panitia Pengawas Kecamatan (Panwascam) pun memanggil juru kampanye pasangan calon Sri Suryawidati-Misbakhul Munir beserta panitia acara, Katir.

Idham Samawi, Mantan Bupati Bantul/Suaraemilih.com

Anggota Panwascam Banguntapan Divisi Hukum Paryono mengatakan, 20 September lalu suami Sri Suryawidati itu mengukuhkan organisasi masyarakat yang dinamai Laskar Pelangi di Desa Potorono, Banguntapan, Bantul.

Saat memberi sambutan, Idham mengajak para hadirin memilih isterinya pada Pilkada 9 Desember mendatang. Acara itu juga dihadiri calon Wakil Bupati Misbakhul Munir, sedangkan Ida [sapaan akrab Sri Suryawidati] tidak hadir.

“Di acara itu Pak Idham bilang jangan lupa coblos nomor dua [nomor urut Paslon Sri Suryawidati-Misbakhul Munir]. Meski di akhir sambutan dia bilang dia enggak berkampanye,” ungkap Paryono, Rabu (23/9/2015).

Meski begitu, acara tersebut tetap bermuatan kampanye dan melanggar peraturan bahwa pasangan nomor urut dua tersebut mendapat jatah kampanye pada tanggal ganjil.(Pa)

### Gambar 5, Berita Media Tentang pasangan kandidat PDIP

Sumber: <http://suarapemilih.com/gara-gara-idham-ida-munir-dihadang-panwascam.html>

Gambar diatas kemudian menunjukkan bahwa media memuat berita-berita yang negative tentang kampanye pemilukada Bantul dan ini menjadi indikasi adanya upaya untuk menurunkan kredibilitas kandidat dalam mata masyarakat. Berita-berita negative yang dimuat di dalam media ini kemudian juga menjadi salah satu penyebab menurunnya citra kandidat dimata masyarakat yang pada akhirnya mempengaruhi keputusan pemilih dalam memberikan suaranya. Hal inilah yang di duga menjadi salah satu alasan dari kekalahan PDIP di Bantul.

### 3. **Kurangnya Komunikasi Internal**

Kabupaten Bantul sejak tahun 1999 hingga tahun 2015 telah dikuasai oleh keluarga Samawi, dan pilkada tahun 2015 ini berbagai spekulasi akan kemenangan PDIP juga semakin menguat. Hasil pilkada Kabupaten Bantul tahun 2015 dimenangkan oleh kubu Gerindra yang pasti hal ini mengejutkan banyak pihak mengingat kuatnya PDIP di daerah Bantul. Kekalahan PDIP dalam pilkada 2015 di Bantul ini merupakan salah satu bentuk ketidakmampuan humas PDIP dalam menjalankan perannya dengan baik, sehingga kemudian disini humas PDIP berpikir kembali tentang apa yang kurang atau salah selama proses kampanye sebelumnya. Berdasarkan pernyataan yang dilontarkan oleh ketua DPC Bantul, Aryunadi, didapatkan hasil bahwa kekalahan PDIP di pilkada dikarenakan banyaknya massa mengambang yang justru memilih nomor urut satu serta regulasi baru dari KPU tentang iklan di media dan alat peraga pada akhirnya membatasi PDIP dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat . Pernyataan ini berbeda karena menurut ketua DPD PDIP DIY, Bambang Praswanto beranggapan bahwa kakalahan PDIP setelah ditelusuri adalah akibat munculnya kader-kader yang berkhianat dan menyeberang ke kubu lawan, sehingga menjadi salah satu penyebab kekalahan PDIP. Pendapat-pendapat tersebut kemudian menunjukkan bahwa terdapat masalah dalam internal PDIP yang pada

akhirnya membuat PDIP mengalami kekalahan pada pilkada 2015, yang ternyata kekalahannya tidak hanya terjadi di Bantul tetapi di daerah lainnya yaitu Gunung Kidul dan Sleman.

Selain itu, kekalahan PDIP Bantul ini juga berkaitan erat dengan kurangnya komunikasi internal dalam partai yang kemudian mengakibatkan perpecahan kubu dalam partai, hal ini seperti diungkapkan oleh narasumber sebagai berikut:

“Selama ini arogansi pengurus partai jelas terlihat, salah satunya tidak meloloskan calon bupati Suharsono. Padahal pencalonan Su harsono didukung 14 pengurus anak cabang (PAC) atau pengurus tingkat kecamatan dari 17 PAC. Dukungan 14 PAC tersebut sebenarnya menunjukkan suara akar rumput, atau suara mayoritas dari pendukung kalangan bawah. Hanya saja, ternyata dukungan dari akar rumput tersebut tidak didengar dan justru meloloskan calon petahanan. Padahal, sebenarnya kalangan akar rumput sudah menginginkan adanya perubahan. Arogansi lain yang ditunjuk - kan pengurus PDIP adalah dengan memecat 14 pengurus PAC yang mendukung pencalonan Suharsono, dan menggantikan dengan pengurus baru. Bahkan, pengurus baru tersebut banyak yang belum berpengalaman. Pengurus baru juga masih diragukan kapasitas sumber daya manusianya. Itu adalah blunder besar. Meremehkan suara akar rumput serta mengganti pengurus yang tidak mendukung pencalonan Sri Suryawidati adalah sebuah kesalahan. Sebab, semua pengurus yang diganti sebenarnya sudah memiliki para pendukung atau loyalis yang setia terhadap mereka.” (Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Hanung Raharjo, ST pada Tanggal 25 Januari 2016)

Berdasarkan wawancara diatas kemudian dapat dilihat bahwa komunikasi internal partai juga menjadi salah satu penyebab kenapa partai mengalami kekalahan dalam pemilihan umum 2015, dan ini sangat disayangkan bahwa untuk peristiwa penting dalam pemilu, perpecahan dalam kubu partai menjadi penyebab terbesar kekalahan pemilu.

#### 4. **Lemahnya Manajemen Informasi**

Lemahnya manajemen informasi ini kemudian dapat dilihat dari bagaimana alur informasi yang berjalan dalam tubuh partai itu sendiri. Lemah kuatnya informasi disini kemudian dapat dilihat dari distribusi informasi yang ada dalam partai itu sendiri, sebagaimana diungkapkan oleh narasumber sebagai berikut ini:

“disini setiap informasi yang didapatkan oleh setiap orang berbeda-beda, jadi tim satu dengan tim yang lainnya tidak mendapatkan informasi secara merata, sehingga kemudian disini terjadi miskomunikasi yang mengakibatkan pada kesalahpahaman setiap anggota tentang apa yang harus mereka lakukan dan tidak lakukan.” (Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Hanung Raharjo, ST pada Tanggal 25 Januari 2016)

Wawancara diatas kemudian menunjukkan bahwa disini distribusi informasi yang tidak merata mengakibatkan terjadinya kesalahpahaman dan miskomunikasi antar sesama anggota ataupun antar tim. Selain itu, lemahnya manajemen informasi ini kemudian juga mengakibatkan adanya kekacauan pada tim yang bergerak di lapangan, karena informasi yang disampaikan kurang lengkap atau kurang jelas, sebagaimana diungkapkan sebagai berikut:

“kalau informasi yang diberikan dari atas kurang lengkap atau kurang jelas maka disini yang terkena imbasnya adalah orang-orang yang berada di lapangan, karena mereka tidak memahami sepenuhnya. ya beginilah akibat strukturalis dalam kepartaian serta senior junior yang masih dibanggakan” (Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ngatino, pada Tanggal 21 Januari 2016)

Wawancara tersebut kemudian menunjukkan bahwa budaya organisasi dalam PDIP juga turut mempengaruhi kenapa sistem pendistribusian informasi disini tidak berjalan dengan semestinya dan banyak sekali yang kurang.

Kekalahan pemilu pada 2015 ini kemudian menjadi evaluasi penting bagi partai PDIP Bantul, berkaitan dengan langkah-langkah yang akan diambil selanjutnya untuk memperbaiki system dalam partai ataupun untuk

menjadi poin penting bagi partai PDIP kedepannya saat akan mengikuti pemilu lagi. Hal ini seperti ditegaskan oleh narasumber sebagai berikut:

“ya kekalahan ini harus kami terima dengan lapang dada, dan ini akan menjadi bekal bagi kami kedepannya untuk menghadapi pemilu lagi ataupun untuk melihat kekurangan-kekurangan kami secara internal. Kami disini jadi tahu dari kekalahan kemaren bahwa secara internal masih banyak yang harus kami benahi, dan ini juga menjadi pelajaran penting bagi PDIP di cabang-cabang yang lainnya, agar belajar dari kesalahan PDIP Bantul dalam memanager kader-kadernya.” (Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Hanung Raharjo, ST pada Tanggal 25 Januari 2016)

Berdasarkan wawancara diatas kemudian dapat dilihat bahwa harapan dari narasumber kedepannya atas kekalahan yang dialami oleh PDIP Bantul ini adalah bahwa kerjasama antar kader merupakan salah satu faktor penting bagi kesuksesan partai dalam mengikuti pemilihan umum, dan ini agar dapat dijadikan sebagai sebuah pejalaran yang berharga bagi partai PDIP Bantul khususnya, dan PDIP secara umum tentang bagaimana mengatur hubungan antar kader agar tidak menyebabkan kesalahan serius dalam tubuh internal partai politik.



Setelah dilakukan wawancara maka dalam bab ini akan dibahas tentang hubungan hasil penelitian dengan teori-teori yang digunakan oleh peneliti. Pembahasan disini akan menjabarkan tentang kebenaran hasil wawancara dengan teori yang diungkapkan oleh beberapa sumber.

#### **A. Peran Humas Partai PDIP dalam Pilkada Serentak di Kabupaten Bantul 2015**

Humas pada dasarnya merupakan bagian dalam tubuh organisasi yang berfungsi untuk menjaga komunikasi kedalam ataupun keluar dari organisasi. Humas dalam tubuh partai PDIP Bantul ini juga memiliki tugas yang hampir serupa, yaitu menjaga agar komunikasi secara internal dan eksternal partai dapat berjalan dengan baik, dari sinilah kemudian seorang humas dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan komunikasi partai. Hal ini sesuai dengan pendapat yang

disampaikan oleh Widjaja (2010:55) yang mengemukakan tujuan dari humas adalah untuk menciptakan, membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi lembaga atau organisasi di satu pihak dan dengan publik di lain pihak dengan komunikasi yang harmonis dan timbal balik. Sedangkan menurut Cutlip, Center dan Broom yang dikutip oleh Ardianto (2011:8) bahwa *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang menilai sikap-sikap publik, mengidentifikasi kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur dari individu atau organisasi atas dasar kepentingan publik dan melaksanakan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan pengakuan publik.

Pemilu merupakan ajang untuk memperebutkan kekuasaan di Indonesia, baik dalam tataran pusat ataupun daerah. Dalam pemilu ini dibutuhkan strategi yang kuat agar dapat memenangkan kursi pemilihan umum. Pemilu pada Bantul 2015 ini dilaksanakan serentak tidak hanya di Bantul akan tetapi di hampir sebagian besar wilayah di Indonesia. dalam menghadapi pemilu ini dibutuhkan peran serta dari seluruh kader dalam tubuh partai termasuk peran serta dari humas partai politik, dimana selama persiapan menghadapi pemilu, humas partai memiliki peran yang sangat penting. Berdasarkan hasil wawancara kemudian didapatkan hasil bahwa humas partai PDIP Bantul bertugas untuk menjaga hubungan antara partai dengan orang-orang terkait diluar partai politik yang mampu memberikan dukungan kepada partai saat pemilu.

Dalam rangka menggalakkan fungsi humas dalam sebuah organisasi, Charles H. Prout (Effendy, 2004:55) mengatakan adanya empat jenis pelayanan dasar yang harus dipraktekkan, yakni:

1. Nasihat (*advise and counsel*)

Nasihat perlu diberikan oleh humas mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan kehumasan, baik kepada manajemen perusahaan maupun kepada manajemen biro atau bagian lain. Oleh karena humas itu merupakan fungsi staf, maka nasihat yang disampaikan kepada manajer perusahaan tidak menyangkut kebijaksanaan dan keputusan



perusahaan yang mendasar, melainkan hal-hal yang berkaitan dengan operasionalisasi ketika suatu masalah dijumpai.

2. Pelayanan komunikasi (*communication service*)

Pelayanan komunikasi memang merupakan tugas humas. Yang dikomunikasikan ialah informasi mengenai perusahaan dan segala kegiatannya kepada berbagai publik yang berkepentingan melalui media yang tepat. Kegiatan komunikasi ke luar tidak hanya terbatas pada pengirim news release ke media massa, tetapi juga yang mengandung motif melalui booklet, periklanan, atau dalam bentuk pidato.

3. Pengkajian humas (*public relations research*)

Jika pelayanan komunikasi merupakan penyebaran informasi dari dalam ke luar, pengkajian humas atau public relations research merupakan komunikasi dari luar ke dalam: dengan lain perkataan, penelaahan terhadap opini publik yang berpengaruh kepada perusahaan. Hal ini bukan saja yang menyangkut peristiwa-peristiwa dalam bentuk tekanan-tekanan yang bersifat sosio-politik (socio-political pressure), tetapi juga undang-undang dan peraturan-peraturan pemerintah yang berkaitan dengan dan berpengaruh kepada perusahaan.

4. Promosi humas (*public relations promotion*)

Dalam perusahaan kegiatan promosi yang dilaksanakan oleh humas amat menunjang upaya pencapaian tujuan, tentunya dalam peningkatan produksi, yang pada gilirannya berupa keuntungan finansial. Pada kegiatan inilah para kahumas diuji kemampuannya, terutama kreativitas dalam mengembangkan *goodwill* publik kepada perusahaan. Pada aspek humas inilah akan dapat diketahui sejauhmana derajat penguasaan kehumasan yang dimiliki para pengelolanya, sebab jenis-jenis publik yang menjadi sasarannya, misalnya para pelanggan, pemegang saham, komunitas atau masyarakat sekitar, media massa, dan lain-lain, memerlukan teknik-teknik khusus untuk menghadapinya.

Berdasarkan hasil penelitian kemudian dapat dilihat bahwa dalam menghadapi pemilu, humas dari PDIP Bantul ini akan dibagi menjadi beberapa bagian yang sesuai dengan sasaran dan target yang dituju oleh partai politik. Pembagian humas kedalam sub-sub unit ini kemudian disesuaikan dengan ruang lingkup wilayah dan tujuan yang akan dicapai. Humas kemudian dibagi menjadi beberapa tim yang dimaksudkan untuk mendukung kesuksesan pemilu, dengan dibantu oleh kader partai yang lain diluar anggota humas. Meskipun begitu, anggota humas tetap menjadi leader di setiap tim untuk mengarahkan kinerja kader. Pada pemilukada serentak 2015, humas partai PDIP Bantul membentuk sub tim yang bertujuan untuk melancarkan jalannya pemilihan umum bagi partai PDIP kedepannya.

Aktivitas yang dilakukan oleh humas seperti yang disebutkan diatas kemudian sesuai dengan konsep fungsional humas yang disebutkan oleh Scott M. Cutlip dan Allen Center (Effendy, 2004: 43) dimana memberikan penjelasan tentang konsep humas sebagai berikut:

1. Memudahkan dan menjamin arus opini yang bersifat mewakili dari publik-publik organisasi, sehingga kebijakan beserta operasionalisasi organisasi dapat dipelihara keserasiannya dengan ragam kebutuhan dan pandangan publik-publik tersebut.
2. Menasehati manajemen mengenai jalan dan cara menyusun kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi untuk dapat diterima secara maksimal oleh publik.
3. Merencanakan dan melaksanakan program-program yang dapat menimbulkan penafsiran yang menyenangkan terhadap kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi.

Berdasarkan hasil penelitian kemudian juga ditemukan bahwa dalam masa menjelang pemilihan umum, humas partai memiliki tanggungjawab untuk mengatur hampir sebagian besar aktifitas kampanye partai politik yang telah disetujui oleh anggota dewan partai politik. Hal ini kemudian sesuai dengan definisi dari Moloney dan Colmer (2001:59) yang menyebutkan bahwa *political*

*public relations* adalah alat strategis di mana partai politik menggunakan kebijakan, kepribadian, dan presentasi untuk mendapatkan perhatian pemilih (*voters*). Sehingga dapat diartikan bahwa *political public relations* mempunyai peranan strategis di dalam partai politik dalam memilih pesan politik yang akan diinformasikan kepada publik untuk menggalang dukungan pemilih (*voters*).

Pelaksanaan pemilu serentak di Bantul tahun 2015 menjadi momen penting bagi humas partai PDIP untuk memaksimalkan tugasnya, hal ini dikarenakan calon yang diajukan merupakan incumbent. Pencalonan kembali seorang incumbent merupakan bukan hal yang mudah, karena dibalik posisinya sebagai incumbent tentu memiliki banyak kelebihan dan kekurangan, dan kekurangan inilah yang kemudian sering digunakan oleh lawan untuk menjatuhkan kredibilitas dari calon serang incumbent. Sehingga, dalam masa seperti ini, kampanye merupakan waktu yang penting untuk bias mendapatkan suara atau memenangkan pemilu.

Dalam kampanye inilah kemudian humas memiliki peran yang besar karena kampanye adalah keahlian seorang humas. Dalam kampanye, praktisi humas partai akan melakukan komunikasi dalam bentuk komunikasi politik dengan tujuan untuk memperkenalkan calon kandidat yang akan diusung dalam pemilihan umum, selain itu juga untuk menggalang simpatisan serta dukungan dari masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas partai PDIP Bantul disini dalam menyiapkan diri untuk kampanye mencoba berkoordinasi dengan anggota partai yang lainnya untuk menyusun program ataupun menyusun rencana menghadapi kampanye pemilu, seperti menyusun program kerja kandidat ataupun melakukan penelitian di masyarakat untuk melihat elektabilitas dari calon kandidat. Hal ini dilakukan dengan membangun hubungan antara masyarakat dengan partai sebagai organisasi.

Beberapa paparan diatas kemudian dapat dilihat bahwa humas PDIP disini menjalankan beberapa tugas seperti yang disampaikan oleh Brian McNair

(2003:74) dimana memberikan deskripsi tentang kegiatan public relations dalam dunia politik sebagai berikut:

1. Management media,

Manajemen media disini mengharuskan humas untuk memiliki hubungan yang baik dengan media. Hal ini karena bagi seorang politisi, media merupakan factor penting yang harus dimiliki karena dengan media inilah kemudian seorang politisi mampu mengenalkan dirinya ke masyarakat atau agar dikenal oleh masyarakat. Oleh karena itu seorang humas partai khususnya PDIP Bantul disini perlu untuk memanajemen media agar dapat berkesinambungan dengan diri politisi. Tujuan manajemen media tidak hanya untuk melestarikan visibilitas partai politik tetapi juga menjaga masalah dan solusi politik tetap tertutup. Dalam menjalankan peran manajemen media, praktisi public relations juga harus melibatkan aktor politik (politikus) untuk mengontrol, memanipulasi, atau mempengaruhi media dengan cara yang sesuai dengan tujuan politik politikus dan partai politik. Media merupakan sekutu berharga tetapi berpotensi sulit diatur dalam proses politik karena memiliki peranan penting dalam paparan publik (public exposure) tetapi juga cenderung menampilkan kemerdekaan dalam pemberitaan.

2. Manajemen citra

Citra merupakan hal penting yang harus dimiliki oleh seorang kandidat dalam pemilihan umum, hal ini kemudian yang menjadi tugas bagi seorang humas untuk menjaga agar citra dari kandidat disini tetap bersih atau baik dimata public. Sehingga kemudian dapat dikatakan bahwa citra politik penting karena menjadi ciri pembeda antara partai politik dan politikus.

3. Komunikasi internal

Komunikasi internal menjadi penting karena dengan terciptanya komunikasi internal yang baik dapat mendukung kerjasama atau kinerja yang baik pula diantara anggota partai. Komunikasi internal yang baik akan mendukung terciptanya sinergi diantara kader partai, dan ini penting untuk diperhatikan mengingat kerjasama yang apik dari dalam partai politik akan

ikut membangun terciptanya kinerja yang semakin baik juga. Dalam kasus humas PDIP disini komunikasi internal sempat mengalami gangguan karena terjadi konflik diantara sesama anggota partai. Sehingga, hal itulah yang kemudian membuat partai politik, seperti organisasi komersial, harus mengembangkan saluran komunikasi internal sehingga anggota (khususnya anggota partai politik yang terlibat dalam kapasitas publik) sadar akan pesan yang akan disampaikan, dan untuk memastikan bahwa berbagai elemen yang berbeda dari operasi public relations bekerja saru sama lain secara efektif. Kegagalan menempatkan saluran komunikasi internal dapat mengakibatkan bencana hubungan internal dan kegagalan dalam Pemilu (Brian McNair, 2003:151-156).

#### 4. Manajemen informasi.

Karena humas merupakan divisi yang memiliki hubungan dengan banyak pihak, pada akhirnya humas juga dituntut untuk dapat mengatur setiap informasi, atau dapat dikatakan memfilter informasi baik yang harus disampaikan di dalam ataupun diluar partai. Hal ini demi kepentingan bersama dan agar informasi-informasi penting tidak menjadi konsumsi public. Hal ini karena pada dasarnya manajemen informasi dirancang untuk mengontrol dan memanipulasi alur informasi dari partai politik maupun politikus di ruang publik.

### **B. Faktor Kekalahan PDIP dalam Pilkada Serentak di Kabupaten Bantul 2015**

Kekalahan yang dialami oleh partai PDIP Bantul pada pemilukada 2015 ini kemudian menunjukkan banyaknya kelemahan yang dialami oleh partai PDIP. Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa kekalahan yang dialami oleh PDIP ini menurut pihak Humas partai PDIP dikarenakan karena hal-hal seperti adanya serangan lawan yang tidak dapat dihindari, konflik internal hingga pembatasan atribut kampanye. Hasil penelitian tersebut kemudian sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh McQuail (1992: 472-243) menyatakan bahwa komunikasi politik adalah semua proses penyampaian informasi, termasuk fakta, pendapat,

keyakinan-keyakinan dan seterusnya, pertukaran dan pencarian tentang itu semua yang dilakukan oleh para partisipan dalam konteks kegiatan politik yang lebih bersifat melembaga. Faktor-faktor kekalahan PDI-P dapat dilihat dari beberapa hal berikut ini:

**a. Kurangnya Komunikasi Politik**

Salah satu penyebab kekalahan dalam pemilu pada 2015 adalah kurangnya komunikasi politik yang dilakukan ke masyarakat, karena hal ini berpengaruh pada persepsi masyarakat tentang calon kandidat yang diusung oleh PDIP. Komunikasi politik merupakan bagian penting dari pelaksanaan kampanye pemilu karena dari komunikasi politik inilah kemudian masyarakat mengenal lebih jauh tentang calon kandidat yang diusung. Sepertihalnya yang kemudian disampaikan oleh Rochajat Harun dan Sumarno yang mengartikan komunikasi politik sebagai suatu proses dan kegiatan-kegiatan membentuk sikap dan perilaku politik yang terintegrasi ke dalam suatu sistem politik dengan menggunakan simbol-simbol yang berarti (2006:5). Pengertian tersebut menunjukkan kepada sikap dan perilaku individu-individu yang berada dalam lingkup sistem politik yang mencerminkan suatu bangunan kehidupan negara dengan segala kompleksitasnya untuk mencapai negara yang ideal sehingga akan tampak jelas perpaduan seluruh unsur yang ada dalam lingkup negara adalah produk komunikasi politik.

Komunikasi politik menjadi penting dalam pelaksanaan pemilu karena dari sinilah kemudian humas menyampaikan banyak hal tentang kandidat yang diusung. Kesalahan dalam melakukan komunikasi politik akan berakibat citra kandidat yang diusung, karena salah langkah dalam komunikasi akan mengakibatkan jatuhnya citra kandidat atau *disbelief* dari rakyat. Komunikasi politik yang dilakukan oleh humas PDIP Bantul dalam pemilu ini kemudian dapat dibedakan menjadi tiga kelompok yaitu komunikasi dengan kader yang dapat dikatakan komunikasi organisasi, komunikasi dengan masyarakat yang dapat dikatakan sebagai komunikasi massa dan komunikasi antar

personal yang dilakukan oleh sesama humas. Hal ini sesuai dengan pendapat yang dinyatakan oleh Littlejohn yang menyatakan bahwa di dalam komunikasi terdapat level atau tingkatan komunikasi yakni Komunikasi Antar Personal, Komunikasi Kelompok, Komunikasi Organisasi dan Komunikasi Massa. Komunikasi Antar Personal adalah komunikasi yang melibatkan antar sesama orang atau individu dan biasanya *face to face*. Komunikasi Kelompok adalah komunikasi atau hubungan antara individu di dalam kelompok kecil, dan biasanya dilakukan dalam merencanakan pengambilan keputusan. Komunikasi organisasi lebih kompleks lagi, karena hubungannya tidak hanya melibatkan antar individu akan tetapi juga antara individu dengan kelompok-kelompok. Sedangkan Komunikasi Massa adalah komunikasi yang melibatkan ranah publik, dan memuat banyak hubungan, yakni hubungan antarpersonal, kelompok, dan organisasi (Littlejohn, 1998:17).

**b. Kesalahan dalam Kampanye Pemilu**

Dalam melakukan kampanye, disini humas membutuhkan media sebagai alat untuk melakukan komunikasi politik. Media ini dapat berupa media massa, media cetak ataupun sarana lainnya yang mampu menjadi perantara antara kebutuhan humas dalam kampanye dengan masyarakat secara luas. Hal ini kemudian semakin menegaskan kebenaran dari pendapat Harsono Suwardi yang mengkaji bahwa komunikasi politik pada hakekatnya juga mengkaji tiga macam media komunikasi politik, yaitu (1) media interpersonal, (2) media organisasi, dan (3) media massa (2010: 25). Media komunikasi politik yang pertama (interpersonal) sama dengan retorika, sedang yang kedua (organisasi) sama dengan propaganda, adapun media yang ketiga (media massa) sama dengan periklanan. Dalam komunikasi interpersonal, komunikasi politik akan menekankan pada peran opinion leadership. Misalnya diskusi dalam kampanye politik yang pada

umumnya bersifat interpersonal/pribadi dengan mengandung aspek-aspek homophily, *self-disclosure*, dan *co-orientation*. Sedangkan dalam studi komunikasi politik lebih banyak melihat pada implikasi politik dari penggunaan media komunikasi massa. Komunikasi massa adalah sebuah proses melalui mana komunikator-komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas dan terus-menerus menciptakan makna-makna serta diharapkan dapat mempengaruhi khalayak besar dan beragam dengan melalui berbagai cara (DeFleur and McQuail, 1985:73).

**c. Kurangnya Komunikasi Internal dalam Partai**

Selain itu, kekalahan PDIP Bantul ini juga berkaitan erat dengan kurangnya komunikasi internal dalam partai yang kemudian mengakibatkan perpecahan kubu dalam partai, kurangnya komunikasi internal partai juga menjadi salah satu penyebab kenapa partai mengalami kekalahan dalam pemilihan umum 2015, dan ini sangat disayangkan bahwa untuk peristiwa penting dalam pemilu, perpecahan dalam kubu partai menjadi penyebab terbesar kekalahan pemilu. Hal ini kemudian sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Absary (2014) yang menemukan bahwa komunikasi internal antar kader dalam partai kemudian mempengaruhi menang kalahnya partai dalam sebuah pemilihan umum. Penelitian yang hampir serupa juga dilakukan oleh Wulandari (2013) dimana menemukan bahwa bagian terpenting dalam kemenangan pemilu adalah adanya komunikasi yang baik antar setiap pihak yang terlibat dalam pemilihan umum, sehingga memaksimalkan komunikasi diantara orang-orang yang terlibat dalam kemenangan kandidat merupakan hal penting untuk dilakukan sebagai sebuah partai politik.

Berdasarkan hasil penelitian juga di dapatkan bahwa pemilukada 2015 ini memberikan banyak pelajaran bagi humas partai PDIP Bantul atas kekurangan-kekurangan yang dimilikinya terkait dalam pemilihan umum.





Pada bab-bab sebelumnya telah dibahas tentang isi dari penelitian yang penulis lakukan, dalam bab ini penulis akan menyimpulkan hasil penelitian yang sudah peneliti lakukan sebagai berikut:

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan uraian pembahasan diatas kemudian dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas partai PDI-P Bantul memiliki peran yang penting dalam pelaksanaan pemilukada 2015, mulai dari persiapan pemilukada hingga pada waktu pelaksanaan pemilukada 2015. Humas PDI-P Bantul bertanggung jawab terhadap hubungan partai dengan pihak-pihak diluar

partai yang mampu mendukung partai dalam meraih kemenangan pemilu. Selama mempersiapkan pemilu, humas PDI-P Batul membuat kelompok-kelompok kecil atau tim kecil yang kemudian diberi nama tim pemenangan pemilu, tim-tim inilah yang kemudian akan bergerak untuk menjalankan segala aktivitas terkait dengan pemenangan pemilu. Tim-tim kecil yang telah dibentuk tersebut terdiri dari anggota humas sebagai penanggung jawab serta anggota partai lainnya diluar divisi humas, karena seluruh anggota partai disini diharuskan untuk ikut serta dalam tim pemenangan pemilu.

2. Hasil penelitian kemudian juga menunjukkan bahwa selama persiapan pemilu 2015, humas PDI-P Bantul secara aktif mendekati stakeholder-stakeholder yang dapat membantu penggalangan suara untuk PDI-P. stakeholder-stakeholder ini terdiri dari tokoh masyarakat, media, seniman, komunitas-komunitas kecil serta pengusaha. Humas PDI-P Bantul mendekati stakeholder-stakeholder tersebut untuk kemudian dapat membantu PDI-P terutama terkait dengan citra kandidat partai agar kandidat yang usung oleh partai dapat lebih dikenal dan memiliki *image* yang *positive* dimata masyarakat. Selain itu, humas PDI-P Bantul disini juga bertanggungjawab terhadap perencanaan jalannya kampanye, humas PDI-P Bantul harus merancang seluruh rencana-rencana yang akan membawa kemenangan pada pihak PDI-P nantinya. Humas PDI-P kemudian dibantu oleh seluruh anggota partai untuk dapat menjalankan rencana yang telah di susun tersebut dan humas partai bertanggung jawab atas semua media kampanye yang digunakan selama pelaksanaan pemilu.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang menyebabkan kekalahan partai diantaranya disebabkan karena kondisi internal partai, pengelolaan informasi ke media serta ketidakmampuan partai dalam mengelola isu yang menyerang partai. Faktor kekalahan yang pertama adalah terkait dengan permasalahan internal partai, permasalahan ini terjadi karena terjadi masalah antar sesama anggota partai yang kemudian memicu terjadinya konflik internal. Konflik inilah yang kemudian menimbulkan beberapa masalah;

pertama, adalah kurangnya komunikasi yang dilakukan oleh partai dengan masyarakat, karena anggota partai yang saling bermusuhan hingga komunikasi dengan masyarakat menjadi terganggu dan terjadi sikap saling merebut perhatian masyarakat. Selain itu, kurangnya informasi internal partai yang kemudian berakibat pada tidak meratanya distribusi informasi antar anggota partai yang memicu terjadinya kesalahpahaman dan tidak cepat tanggap terhadap masalah yang terjadi di masyarakat. Konflik internal ini kemudian juga mengakibatkan partai menjadi tidak fokus dalam menggarap persiapan pemilu dan pada akhirnya kalah dalam pemilihan umum, konflik internal disini karena anggota partai yang berkonflik satu sama lain sehingga distribusi tugas tidak berjalan dengan lancar. Kemudian faktor berikutnya adalah pengelolaan informasi ke media yang kurang maksimal, dimana ketika media membuat berita yang memiliki *impact negative* terhadap PDI-P Bantul tidak langsung ditanggapi ataupun diperbaiki sehingga kemudian mempengaruhi citra kandidat dan partai. Selain itu, pengelolaan informasi ke media juga pada akhirnya membuat banyak berita negative yang merugikan partai. Hal inilah yang kemudian membuat suara rakyat menjadi terpecah dan partai kehilangan banyak suara. Faktor terakhir adalah ketidakmampuan PDIP dalam mengelola isu-isu yang mengarah pada citra kandidat ataupun pada partai itu sendiri. Isu menjadi sebuah komponen yang penting bagi kondisi partai, mengingat setiap isu yang muncul akan berdampak pada opini setiap masyarakat terhadap kandidat ataupun terhadap partai. Ketidakmampuan PDIP dalam pengelolaan isu ini kemudian terlihat dari isu-isu tentang korupsi, politik dinasti yang terjadi dalam tubuh PDIP serta tidak adanya perubahan yang signifikan pada daerah Bantul, pada akhirnya membuat kandidat dan partai politik itu sendiri diragukan oleh masyarakat, yang mengarah pada berkurangnya suara dari masyarakat.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya mewawancarai pihak Ketua DPC PDIP Bantul Wakil Ketua Bidang Humas dan Wakil Ketua Bidang Politik dan Pemenangan Pemilu sehingga untuk mengetahui faktor kekalahan PDIP Bantul dalam Pilkada tidak didapatkan hasil yang maksimal karena pendapat ketua dan humas saja dapat menimbulkan subjektifitas satu pihak.
2. Penelitian ini terbatas pada waktu untuk melakukan wawancara, karena pihak Humas PDIP Bantul yang susah untuk ditemui dan tidak memiliki banyak waktu saat wawancara, sehingga wawancara dilakukan dalam satu waktu dengan dua narasumber yaitu ketua dan humas. Hal ini kurang efektif karena peneliti tidak dapat leluasa bertanya secara spesifik pada masing-masing pihak.



## **C. Saran**

### **a). Rekomendasi Akademik**

1. Bagi civitas akademika, agar kedepannya mampu memperdalam tema tentang humas dalam partai politik, terkait dengan peran dan fungsi humas, agar mampu mengembangkan peran humas itu sendiri dalam setiap lini organisasi.
2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan komponen lainnya dalam melihat kekalahan partai politik dalam pemilihan umum, seperti melihat pandangan masyarakat secara langsung sehingga hasil penelitian ini dapat lebih detail lagi.

### **b). Rekomendasi Praktis**

1. Bagi partai PDIP Bantul diharapkan dapat melakukan evaluasi yang mampu memberikan titik temu konflik yang paling krusial dalam kekalahan pemilu, sehingga hal ini nantinya dapat menjadi bahan pembelajaran yang serius bagi partai kedepannya.
2. Bagi partai PDI-P Bantul diharapkan agar kedepannya dapat memaksimalkan tugas dan fungsi humas yang tidak hanya muncul saat menjelang pemilu saja, akan tetapi juga dapat dimanfaatkan dalam membantu PDIP dalam menjalankan komunikasi kedalam ataupun keluar organisasi.
3. Bagi humas partai untuk dapat lebih focus pada fungsi-fungsinya sebagai humas sehingga kedepannya dapat menjalin hubungan yang lebih baik lagi dengan masyarakat.

#### DAFTAR PUSTAKA

##### Buku/Jurnal

- Absary, Yunita Dian. 2014. Strategi Political Public Relations Dalam Kampanye Pemilu 2014 (Studi Kasus Totok Daryanto, Calon Legislatif Dpr Ri Di Dapil V Jawa Timur). *Skripsi*. Surabaya: Unair
- Anggoro, Linggar. 2005. Teori dan profesi kehumasan serta aplikasinya di Indonesia. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Ardianto, Elvinaro. 2011. Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Cutlip, M. dkk. 2005. Effective Public Relations: Merancang dan Melaksanakan Kegiatan Kehumasan dengan Sukses Edisi kedelapan. Jakarta: INDEKS.
- Effendi, Onong Uchana. 1993. "Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi", Citra Aditya Bakti, Bandung
- Effendi, Onong Uchana, 2004. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset
- Eriyanto, 2001. Analisa Wacana dengan Analisis Teks Media. Yogyakarta: LKIS.

- Firmanzah, 2007. *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Reaitas*, Jakarta : Yayasan Obor Indonsia
- Hamad, Ibnu. 2004. *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa (Sebuah Studi Critical Discourse Analysis terhadap Berita-berita Politik)*. Jakarta: Penerbit Granit.
- Harun, Rochajat dan Sumarno. 2006. *Komunikasi Politik Suatu Pengantar*. Bandung: Mandar Maju,
- Jackson, Nigel. 2010. *Political Public Relations: Spin, Persuasion or Relationship Building? Britain: University of Plymouth*
- Kotler, Philip dan Keller ,Kevin Lane, 2008. *Manajemen Pemasaran (Edisi Kedua Belas)*, Cetakan. Ketiga, Jakarta: PT. Indeks
- Littlejohn, Stephen W., 1996. *Theories of Human Communication*. Edisi ke-5, Belmont-California, Wadsworth.
- McNair, Brian. 2003. *An Introduction to Political Communication (Third Edition)*, London: Routledge.
- Maria, Elizabeth R. 2012. *Strategi Dan Peran Praktisi Public Relations Dalam Partai Politik Baru (Studi Kasus Partai Nasional Demokrat Dalam Rangka Komunikasi dan Persuasi Politik Menuju Pemilu 2014)*. *Skripsi*. Jakarta: UI
- McQuaill, Denis. 1983. *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- McQuail. 1992. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar edisi ke-2*. Jakarta: Erlangga
- Moloney, K. and Colmer. 2001. *Does Political PR Enhance or Trivialize Democracy? UK: University of Bournemouth*
- Moore, Frazier H. 2004. *Humas Membangun Citra dengan Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, Tri Dwi. 2011. *Kampanye Dan Pemilihan Kepala Daerah (Studi Tentang Kampanye Politik Calon Bupati dan Wakil Bupati dr. Kusdinar Untung Yuni Sukowati – Ir. Darmawan Minto Basuki, MM, MT dan Kekalahan dalam Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Sragen Tahun 2011)*. *Skripsi*. Surakarta: UNS
- Pawito, 2008. *Komunikasi Politik Media Massa dan Kampanye Pemilihan*, Yogyakarta: Jalasutra
- Pawito, 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, Yogyakarta: LKiS

- Stromback, J & Kioussis, S. 2011. *Political Public Relations: Principles and Applications*. New York: Routledge.
- Suwardi, Harsono. 2010. *Mengembangkan Dinamika Komunikasi Politik Dalam Membangun Kultur Demokrasi, sebuah sambutan dalam "Politik, Demokrasi dan Manajemen Komunikasi"*, Yogyakarta: Galang Press,
- Widjaja, H.A.W. 2005. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta : Rineka Cipta
- Wulandari, Rapika. 2013. *Strategi Kampanye Politik Koalisi Partai Pengusung Afi-Mukmin Dalam Pemilihan Gubernur Tahun 2013*. Skripsi. Surabaya: Unmul
- Yustisian, Yuddi. 2008. *Strategi Kampanye Politik Calon Incumbent Dan Pendaftar Baru Dalam Pemilihan Kepala Daerah (Studi Kasus: Tim Kampanye Pasangan Danny Setiawan-Iwan Sulanjana dan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf di Kota Bogor, Jawa Barat)*. Skripsi. Bogor: ITB

### **Internet**

- Ali, M.Rizwan Haji. 2007. *Strategi Politik Memenangkan Pilkada Damai*, Tulisan opini di dalam [www.acehinstitute.org](http://www.acehinstitute.org).
- Azizah, N dan Waskita, D. 2015. *Calon Bupati Bantul Tepis Tudingan Calon Boneka*. [Online] diakses dari <http://nasional.news.viva.co.id/news/read/656160-calon-bupati-bantul-tepis-tudingan-calon-boneka> pada 9 Oktober 2015
- <http://nasional.news.viva.co.id/news/read/656160-calon-bupati-bantul-tepis-tudingan-calon-boneka> diakses pada 9 Oktober 2015
- <http://jogja.tribunnews.com/2015/12/10/pdip-bantul-anggap-aneh-kekalahan-sementara-paslon-ida-munir> diakses pada 11 Januari 2016
- <http://daerah.sindonews.com/read/1069142/189/kalah-di-diy-kader-pdip-banyak-yang-pengkhianat-1450013941> diambil pada tanggal 11 Januari 2016



## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**





## LAMPIRAN 1

### PEDOMAN WAWANCARA

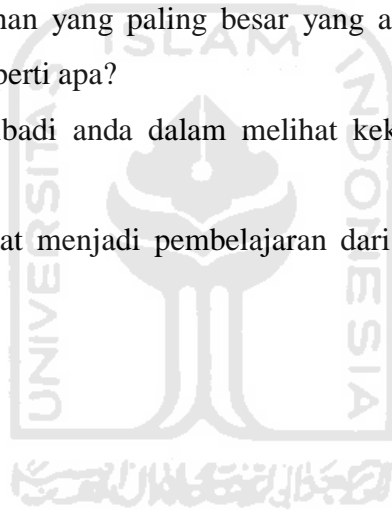
#### **I. Profil Narasumber**

1. Ketua DPC PDI-P Cabang Bantul  
Bapak Aryunadi,SE
2. Wakil Ketua Bidang Humas PDI-P Cabang Bantul  
Bapak Ngatino
3. Wakil Ketua Bidang Politik dan Pemenangan Pemilu PDI-P Cabang Bantul  
Bapak Hanung Raharjo,ST

#### **II. Pertanyaan Wawancara**

1. Menurut bapak, bagaimana kedudukan Humas dalam partai itu sendiri?
2. Fungsi humas dalam mempersiapkan pemilu ini seperti apa pak?
3. Pembentukan unit ini seperti apa maksudnya pak> bisa dijelaskan lebih detail lagi mungkin

4. Kalau untuk persiapan menghadapi pemilu sendiri, apa saja yang dilakukan biasanya?
5. Untuk menyusun program atau rencana itu sendiri, biasanya di dasarkan oleh apa?
6. Dalam menjalankan fungsi humas disini, biasanya siapa saja yang digandeng untuk mensukseskan program yang akan dibangun?
7. Bagaimana pendapat pribadi bapak dalam kekalahan PDIP Bantul tahun 2015 ini?
8. Berbicara tentang kekalahan PDIP Bantul dalam pilukda 2015, apa alasan kekalahan yang dapat anda lihat?
9. Faktor kekalahan yang paling besar yang anda rasakan saat pemilu kemarin ini seperti apa?
10. Pandangan pribadi anda dalam melihat kekalahan PDIP Bantul ini seperti apa?
11. Apa yang dapat menjadi pembelajaran dari kekalahan PDIP Bantul 2015 ini?





## LAMPIRAN 2

### TRANSKIP WAWANCARA

Penelitian ini dilakukan dengan melakukan wawancara pada tiga orang narasumber yaitu ketua PDIP Cabang Bantul dan dua orang Humas PDI-P Cabang Bantul dalam waktu dan tempat yang sama, yaitu bertempat di Sekretariat PDI-P Bantul pada 21 Januari 2016.

#### **III. Profil Narasumber**

1. Ketua PDI-P Cabang Bantul  
Bapak Aryunadi,SE
2. Wakil Ketua Bidang Humas PDI-P Cabang Bantul  
Bapak Ngatino
3. Wakil Ketua Bidang Politik dan Pemenangan Pemilu PDI-P Cabang Bantul  
Bapak Hanung Raharjo,ST

#### **IV. Hasil Wawancara**

1. Menurut bapak, bagaimana kedudukan Humas dalam partai itu sendiri?

**Bapak Ngatino:**

*ya kami disini menjadi wajah partai, kami yang melakukan pendekatan ke orang ataupun lembaga atau stakeholder diluar PDIP untuk membuka jaringan yang lebih luas. Kami juga melakukan tugas untuk menghubungi media dan mengelola berita yang harus kami kirim ke media. Intinya tugas kami adalah menjaga agar citra PDIP bantul tetap baik dimata public.*

2. Fungsi humas dalam mempersiapkan pemilu ini seperti apa pak?

**Bapak Ngatino:**

*Divisi humas disini bertugas untuk menjalin komunikasi dengan stakeholder-stakeholder yang dibutuhkan dukungannya dalam kemenangan kandidat. Divisi humas lebih banyak menjalin relasi dengan lembaga atau personal yang memiliki pengaruh kuat di masyarakat sehingga dapat dengan mudah digandeng demi mewujudkan kemenangan kandidat. Misalnya pada pilkada Bantul ini divisi humas banyak yang bergerak untuk merangkul seniman, organisasi masyarakat serta komunitas. Termasuk juga menggalang dukungan dari partai lainnya yang dapat diajak berkoalisi*

**Bapak Aryunadi,SE:**

*kalau menjelang pemilu biasanya kami akan membuat tim-tim yang nantinya setiap tim akan memiliki tugas yang berbeda. Hal ini untuk membuat langkah kami menjelang pemilu semakin mulus saja. Pembentukan sub-sub unit ini juga untuk semakin memudahkan target dan sasaran kami*

3. Pembentukan unit ini seperti apa maksudnya pak> bisa dijelaskan lebih detail lagi mungkin

**Bapak Aryunadi,SE:**

*pembentukan unit ini biasanya dilakukan secara mendadak, jadi nanti kami akan membuat tim-tim yang mana nanti kader partai*

*akan dimasukkan kedalam tim-tim tersebut, dengan tetap di pimpin oleh seorang humas yang memandu kinerja tim-tim tersebut menjelang pemilu. Biasanya sudah dibentuk satu tahun sebelum pemilihan umum. Kita nanti akan dibentuk menjadi beberapa tim seperti tim sukses, tim propaganda dan media, tim humas*

4. Kalau untuk persiapan menghadapi pemilu sendiri, apa saja yang dilakukan biasanya?

**Bapak Ngatino:**

*kami sebagai tim humas disini bertanggungjawab secara penuh untuk pelaksanaan kampanye pemilu tahun ini, jadi tim kami membuat rencana-rencana kampanye yang sudah disetujui oleh anggota dewan partai, dalam hal ini kami disini sudah merancang jauh-jauh hari berkaitan dengan aktivitas partai juga aktivitas kandidat yang kami calonkan*

**Bapak Aryunadi,SE**

*kalau dalam kampanye itu tugas kami banyak, kami mulai biasanya jauh-jauh hari sebelum mendekati pemilu. Kami mulai merapatkan barisan kader-kader kami di tiap basis untuk menguatkan dukungan kami di setiap basis. Hal ini kemudian kami lakukan dengan secara intens berkomunikasi dengan pihak-pihak tertentu yang dapat kami gandeng dalam pemilukada, selain itu kami juga menyusun program-program yang akan kami gunakan sebagai senjata kami untuk memenangkan simpati masyarakat. Program-program ini kemudian kami susun bersama-sama dengan anggota partai yang lain karena penyusunan program kerja ini berdasarkan kondisi riil di masyarakat, terkait apa yang dibutuhkan oleh masyarakat*

5. Untuk menyusun program atau rencana itu sendiri, biasanya di dasarkan oleh apa?

**Bapak Aryunadi,SE:**

*kami biasanya secara rutin melakukan survey ke masyarakat untuk melihat elektabilitas dari calon yang kami ajukan, karena ini nantinya akan membuat kami bias mengira-ngira apa saja yang dibutuhkan untuk calon kami agar bisa menang nantinya*

**Bapak Ngatino:**

*ya yang pertama itu ya kita sebagai humas disini harus melihat sampai sejauh mana citra dari kandidat yang kami ajukan dimata public. Kami juga memantain agar citra tersebut kemudian dapat dijaga atau terjaga dan sebisa mungkin menaikkan citra positif kandidat agar masyarakat semakin percaya dengan kredibilitas kandidat*

6. Dalam menjalankan fungsi humas disini, biasanya siapa saja yang digandeng untuk mensukseskan program yang akan dibangun?

**Bapak Ngatino:**

*ya kami disini melakukan pendekatan ke media, kami meninjau media mana saja yang setidaknya bisa kita gandeng untuk ikut melancarkan jalannya pemilu. Selain itu, kami juga selalu memonitor media karena medialah yang dapat menjadi kawan atau lawan saat mendekati pemilu seperti ini*

7. Bagaimana pendapat bapak dalam kekalahan PDIP Bantul tahun 2015 ini?

**Bapak Hanung Raharjo,ST:**

*ya kekalahan kemaren merupakan hal yang sulit kami terima, karena kami merasa bahwa kami sudah melakukan yang terbaik dalam kampanye kemaren. Kami sempat shock karena ini diluar perkiraan kami.*

8. Berbicara tentang kekalahan PDIP Bantul dalam pemilukda 2015, apa alasan kekalahan yang dapat anda lihat?

**Bapak Hanung Raharjo,ST:**

*komunikasi internal kami sempat bermasalah karena terjadi konflik diantara para kader, dan ini ya murni secara personal tapi terbawa-*

*bawa dalam organisasi. Hal ini pula yang mengganggu terciptanya kerjasama yang baik dalam tubuh partai”*

9. Faktor kekalahan yang paling besar yang anda rasakan saat pemilu kemarin ini seperti apa?

**Bapak Hanung Raharjo,ST:**

*kami merasa bahwa kekalahan kami ini karena kami kurang aktif dalam merespon serangan-serangan lawan, selain itu kami juga merasa bahwa terlalu banyak masalah internal yang kemudian membuat sinergi kami menjadi berkurang. Selain itu, peraturan-peraturan yang baru tentang atribut pemilu kemudian juga mempengaruhi strategi kampanye kami, dan media banyak yang menjatuhkan citra calon kami. Inilah yang kemudian menjadikan kami kalah dalam pemilu tahun ini*

**Bapak Ngatino:**

*kami yang di Humas sebenarnya merasa kurang maksimal dengan apa yang sudah kami lakukan dalam proses kampanye. Kami masih merasa bahwa komunikasi yang kami lakukan masih sangat kurang sehingga kami pikir rakyat belum memahami penuh apa tujuan kami, selain itu kami juga merasa bahwa kami kalah untuk meyakinkan rakyat. Ini kemudian yang menjadi evaluasi bagi kami kedepannya*

**Bapak Aryunadi,SE:**

*lawan banyak menggunakan kekurangan-kekurangan pada pemerintahan bu Ida untuk menyerang kami, dan ini menjadi poin penting karena rakyat juga tahu apa kekurangan dari kami. Serangan-serangan dari lawan juga banyak di dukung oleh media, dan ini membuat image kami jadi turun. Selain itu, kasus yang menimpa Pak Idham juga kemudian dibesar-besarkan oleh media dan dijadikan untuk menyerang kami*

10. Pandangan anda dalam melihat kekalahan PDIP Bantul ini seperti apa?

**Bapak Hanung Raharjo,ST:**

*Selama ini arogansi pengurus partai jelas terlihat, salah satunya tidak meloloskan calon bupati Suharsono. Padahal pencalonan Su harsono didukung 14 pengurus anak cabang (PAC) atau pengurus tingkat kecamatan dari 17 PAC. Dukungan 14 PAC tersebut sebenarnya menunjukkan suara akar rumput, atau suara mayoritas dari pendukung kalangan bawah. Hanya saja, ternyata dukungan dari akar rumput tersebut tidak didengar dan justru melolos kan calon petahanan. Padahal, sebenarnya kalangan akar rumput sudah menginginkan adanya perubahan. Arogansi lain yang ditunjuk - kan pengurus PDIP adalah dengan memecat 14 pengurus PAC yang mendukung pencalonan Suharsono, dan menggantikan dengan pengurus baru. Bahkan, pengurus baru tersebut banyak yang belum berpengalaman. Pe ngurus baru juga masih dira gu kan kapasitas sumber daya ma nu sianya. Itu adalah blunder besar. Meremehkan suara akar rumput serta mengganti pengurus yang tidak mendukung pencalonan Sri Suryawidati adalah sebuah kesalahan. Sebab, semua pengurus yang di ganti sebenarnya sudah memiliki para pendukung atau loyalis yang setia terhadap mereka.*

11. Apa yang dapat menjadi pembelajaran dari kekalahan PDI-P Bantul 2015 ini?

**Bapak Hanung Raharjo,ST:**

*ya kekalahan ini harus kami terima dengan lapang dada, dan ini akan menjadi bekal bagi kami kedepannya untuk menghadapi pemilu lagi ataupun untuk melihat kekurangan-kekurangan kami secara internal. Kami disini jadi tahu dari kekalahan kemaren bahwa secara internal masih banyak yang harus kami benahi, dan ini juga menjadi pelajaran penting bagi PDI-P di cabang-cabang*



*yang lainnya, agar belajar dari kesalahan PDI-P Bantul dalam memanage kader-kadernya.*



**GAMBAR-GAMBAR**





## Ida-Munir Gelar Kampanye Dialogis di Dlingo

Editor : Agus Sigit | Kamis, 08 Oktober 2015 | 07:43 WIB



Warga menyampaikan aspirasinya dalam acara kampanye dialogis bersama Cabup/Cawabup Ida -Munir. Foto: Sukro Riyadi.

**BANTUL (KRJogja.com)** - Persoalan infrastruktur jalan di wilayah Kecamatan Dlingo Bantul perlu mendapat perhatian serius. Hingga? sekarang jalan masih menjadi penopang utama dalam untuk menggerakkan sektor perekonomian di wilayah itu.?

Hal tersebut mengemuka dalam program kampanye dialogis? Cabup/Cawabup pasangan Hj Sri Surya Widati/Misbakhul Munir (Ida-Munir) di Dusun Gunung Cilik Desa Muntuk Kecamatan Dlingo Bantul, Rabu (7/10).?

Dalam kesempatan itu pasangan Hj Sri Surya Widati mengatakan, pihaknya kesempatan kepada semua lapisan

masyarakat untuk menyampaikan aspirasinya sebagai pijakan pembangunan lima tahun ke depan. Dengan aspirasi itu diharapkan bisa dijadikan acuan dalam pembangunan di wilayah Bantul. Karena aspirasi warga yang disampaikan dalam



Home » BERITA » gara-gara Idham, Ida-Munir dihadang Panwascam

## gara-gara Idham, Ida-Munir dihadang Panwascam

(389 Views) September 25, 2015 3:23 pm | Published by suara pemilih cyber team | No comment





Idham Samawi, Mantan Bupati Bantul/Suaraemilih.com

**Suarapemilih.com** – Mantan Bupati Bantul Idham Samawi dianggap melakukan kampanye untuk dukung istrinya yang menjadi calon bupati pada Pilkada 2015 namun tidak sesuai waktu yang telah ditentukan. Panitia Pengawas Kecamatan (Panwascam) pun memanggil juru kampanye pasangan calon Sri Suryawidati-Misbakhul Munir beserta panitia acara, Katir.

Anggota Panwascam

Banguntapan Divisi Hukum Paryono mengatakan, 20 September lalu suami Sri Suryawidati itu mengukuhkan organisasi masyarakat yang dinamai Laskar Pelangi di Desa Potorono, Banguntapan, Bantul.

Saat memberi sambutan, Idham mengajak para hadirin memilih isterinya pada Pilkada 9 Desember mendatang. Acara itu juga dihadiri calon Wakil Bupati Misbakhul Munir, sedangkan Ida [sapaan akrab Sri Suryawidati] tidak hadir.

"Di acara itu Pak Idham bilang jangan lupa coblos nomor dua [nomor urut Paslon Sri Suryawidati-Misbakhul Munir]. Meski di akhir sambutan dia bilang dia enggak berkampanye," ungkap Paryono, Rabu (23/9/2015).

Meski begitu, acara tersebut tetap bermuatan kampanye dan melanggar peraturan bahwa pasangan nomor urut dua tersebut mendapat jatah kampanye pada tanggal ganjil.(Pa)

