

Komunikasi politik Angkatan Muda Ka'bah kepada pemilih pemula dalam Pemilu 2019

Aldimas Rakasi Sayuti, Susi Fitria Dewi, Hasrul, Al Rafni,

Prodi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan
FIS Universitas Negeri Padang

Co-Author: **Susi Fitria Dewi**

E-mail: susifd@fis.unp.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat komunikasi politik yang dilakukan oleh organisasi sayap Partai Persatuan Pembangunan yaitu Angkatan muda ka'bah dalam menggaet pemilih pemula pada kontestasi pemilu 2019 di Kota Padang. Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Diharapkan penelitian ini akan menjelaskan secara komprehensif komunikasi politik dari berbagai organisasi partai politik terutamanya organisasi sayap partai. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Angkatan Muda Ka'bah melakukan komunikasi dengan berbagai bentuk dimulai dari Retorika, Agitasi, Public Relation Politik, Lobi Politik, Kampanye Politik, dan Media Massa. Salah satu bentuk komunikasi politik yang tidak dilakukan Angkatan Muda Ka'bah yaitu propaganda karena cenderung berbau manipulatif. Strategi Angkatan Muda Ka'bah menggunakan komunikasi massa dan gaya komunikasi pola menyeluruh.

Kata Kunci: komunikasi politik, Angkatan Muda Ka'bah, pemilih pemula

ABSTRACT

This study aims to see the political communication carried out by the United Development Party's wing organization, namely the Ka'bah Youth Movement, in attracting new voters in the 2019 election contest in Padang City. The study uses a qualitative research method with a descriptive approach. It is hoped that this study will comprehensively explain the political communication of various political party organizations, especially the party's wing organizations. The results of this study indicate that the Ka'bah Youth Movement communicates in various forms starting from Rhetoric, Agitation, Political Public Relations, Political Lobbying, Political Campaigns, and Mass Media. One form of political communication that the Ka'bah Youth Movement does not do is propaganda because it tends to be manipulative. The Ka'bah Youth Movement's strategy uses mass communication and a comprehensive pattern communication style.

Keywords: political communication, Ka'bah Youth Movement, new voters



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. ©2025 by author.

PENDAHULUAN

Partai politik berperan penting dalam sistem demokrasi dan politik, baik dalam mengawal jalannya pemerintahan maupun dalam memperjuangkan aspirasi rakyat. Fungsi partai politik meliputi konsolidasi kepentingan masyarakat, pengawasan terhadap jalannya pemerintahan, serta penyusunan kebijakan publik (Sartori, 2005). Eksistensi partai politik sebagai lembaga yang berfungsi mengorganisasi kepentingan masyarakat harus menyampaikan visi, misi, dan kebijakan mereka secara aktif kepada publik agar dapat menggalang dukungan dan membangun hubungan yang kuat dengan pemilih. Partai politik harus melakukan komunikasi yang instrumen utama bagi partai untuk menjalankan fungsinya. (Dewi, 2017) menyatakan komunikasi politik sebagai proses penyampaian informasi, pesan, dan nilai-nilai politik kepada publik, dengan tujuan untuk memengaruhi sikap, pandangan, serta perilaku politik masyarakat. Melalui komunikasi politik, partai politik bisa menjangkau pemilih, membangun citra, dan memperjuangkan agenda-agenda politik. Salah satu partai politik yang terdaftar sebagai kontestasi dalam Pemilu 2019 ialah Partai Persatuan Pembangunan (PPP).

Melihat jumlah pemilih pemula yang cukup besar yang bersumber dari web KPU sekitar 73.000 pemilih pemula. Maka kelompok pemilih pemula ini memiliki pengaruh pada Pemilu 2019 dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap keseluruhan jumlah suara yang diperebutkan oleh Parpol. Bila demikian, tentu Parpol akan mengerahkan segala kemampuan organisai guna memikat kelompok pemilih pemula ini, baik melalui komunikasi politik yang relevan dengan pemilih pemula maupun melalui strategi khusus yang akan dilakukan oleh Parpol untuk menang. Dalam Pasal 12 huruf J Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2011 tentang Partai Politik bahwa salah satu hak Partai Politik adalah membentuk dan memiliki organisasi sayap Partai Politik Angkatan Muda Ka'bah, atau disingkat AMK yang merupakan sayap pemuda partai PPP. Gerakan tersebut adalah salah satu dari tiga sayap pemuda dari partai tersebut, yang lainnya yaitu Gerakan Pemuda Ka'bah dan Generasi Muda Pembangunan Indonesia.

Sebagai bagian dari Partai PPP, Angkatan Muda Ka'bah (AMK) berfungsi sebagai sayap kepemudaan yang memiliki peran strategis dalam memperkenalkan visi dan misi partai kepada publik, khususnya kalangan pemuda. Sebagai organisasi yang berfokus pada penguatan basis pemilih muda, AMK dihadapkan pada tantangan dalam mengomunikasikan nilai-nilai dan program-program PPP yang sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi generasi muda. Salsabila Syaira dalam *media.com* menyoroti soal pola perilaku pemilih di Indonesia. Salsabila menyebut bahwa pemilih di Indonesia cenderung berdasarkan *society follow the icon*, yang mana di beberapa wilayah

khusus, para pemilih cenderung mengikuti siapa yang ditokohkan di daerah tersebut.

Menurut (Arifin, 2011) beberapa bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh komunikator politik untuk mencapai tujuan politiknya, yaitu retorika, agitasi politik, propaganda, *public relations politics*, lobi politik, media massa. Dalam proses komunikasi politik, AMK menggunakan berbagai bentuk pendekatan komunikasi politik untuk menyampaikan pesan-pesan politiknya. Dua konsep penting yang sering digunakan dalam komunikasi politik adalah retorika politik dan *public relations politics*. Retorika politik mencakup seni berbicara dan menyusun pesan yang persuasif, sementara *public relations politics* lebih fokus pada bagaimana membangun citra partai dan hubungan yang baik dengan publik. Meskipun kedua konsep ini sangat relevan, penerapan keduanya dalam konteks AMK sebagai sayap partai PPP belum berjalan secara optimal. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, mulai dari kurangnya konsistensi dalam komunikasi hingga tantangan dalam menggunakan media digital secara efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Pemilih pemula sebagai calon generasi penerus bangsa merupakan aset masa depan yang harus disiapkan dalam mewujudkan demokrasi yang juga akan menjadi subyek pembangunan nasional di masa depan. Pemilih dari generasi milenial memang menjadi sasaran utama partai politik untuk menggalang dukungan suara pada Pemilu 2019 karena jumlahnya yang begitu besar. Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik melakukan penelitian tentang komunikasi politik Angkatan Muda Ka'bah kepada Pemilih Pemula dalam Pemilu 2019 di Kota Padang.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dengan tujuan untuk mengkaji secara mendalam mengenai Komunikasi Politik Amk (Angkatan Muda Ka'bah) Kepada Pemilih Pemula Di Kota Padang. Menurut Sugiyono (2016), metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian dengan mendasarkan pada filsafat positivistic. Dimana data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, tetapi tidak menekankan kepada angka. Data yang terkumpul dianalisis sehingga mudah dipahami. Menurut Sugiyono (2016), penelitian kualitatif ini dilakukan secara intensif, peneliti ikut berpartisipasi di lapangan, mencatat secara hati-hati apa yang terjadi dan mengambil dokumentasi yang ditemukan dilapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk Komunikasi Politik Angkatan Muda Ka'bah

1. Retorika

Retorika digunakan oleh politisi untuk memikat perhatian pendengar, memperkuat argumen mereka, dan membangun narasi yang bisa mudah oleh masyarakat. Retorika juga dapat diartikan sebagai seni dalam berbicara secara baik dalam komunikasi antara manusia Hendrikus (2000). Angkatan Muda Ka'bah telah melakukan retorika politik melalui diskusi yang biasanya dilaksanakan di sekretariat maupun tempat-tempat lain. Disini baik masyarakat maupun anggota partai akan mendapatkan pesan yang membangkitkan kaum muda yaitu pemilih pemula dalam bentuk framing yang dibuat oleh AMK itu sendiri. Selain itu juga menjadi media sarana untuk *membranding* AMK ditengah masyarakat.

2. *Public Relation Politics*

Merupakan suatu upaya alternatif dalam mengimbangi propaganda yang dianggap membahayakan kehidupan sosial dan politik. *Public Relations Politics* bertujuan untuk menciptakan hubungan saling percaya, harmonis, terbuka atau akomodatif antara politikus, profesional atau aktivis (komunikator) dengan khalayak (kader, simpatisan, masyarakat umum). *Public Relation Politics* dapat dipahami sebagai proses melayani publik dari sebuah organisasi seperti partai politik. Selain itu, ini juga dapat dipahami sebagai pengelola isu guna mendapatkan perhatian para pemilih (*voters*). Dalam konteks ini, media digital dapat menjadi sarana penunjang *public relations politic* bekerja. AMK juga melakukan *public relations politics* melalui program aksi sosial, kolaborasi dengan organisasi lain, serta menggunakan media massa untuk menyalurkan pesan politik yang akan disampaikan kepada pemilih pemula di kota Padang. AMK menjalin kolaborasi dengan beberapa organisasi di kota Padang seperti Gebu Minang dan Duta Genre. Peran yang dilakukan menjadikan organisasi lain sebagai proyek sosial dan aksi- aksi sosial yang sedang dibutuhkan masyarakat.

3. Media Masa

Media massa memainkan peran strategis dalam komunikasi politik di Indonesia. Media memiliki dua fungsi, yaitu sebagai agen penghubung antara pemerintah dengan masyarakat dan sebagai arena bagi aktor politik untuk saling mempengaruhi opini publik. Menurut Ardianto (2007) media massa merupakan saluran dan sarana yang digunakan dalam proses komunikasi massa. Media massa di tuntut untuk tidak hanya memberikan informasi serta hiburan semata tapi juga mengajak masyarakat untuk berperilaku yang lebih baik. Dalam hal ini AMK menggunakan media sosial dan media massa konvensional dalam menyampaikan pesan komunikasi pada pemilih pemula di kota Padang.

4. Agitasi Politik

Agitasi merupakan suatu bentuk komunikasi politik yang bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran dan memotivasi individu untuk terlibat dalam tindakan politik demi mencapai perubahan sosial. Organisasi sayap PPP, AMK memainkan peran strategis dalam menyampaikan pesan politik yang mengedepankan prinsip-prinsip kebangsaan, keadilan sosial, dan pemerintahan yang bersih. Agitasi politik yang dilakukan oleh AMK tidak terbatas pada kampanye semata, tetapi mencakup penyuluhan tentang pentingnya partisipasi aktif dalam proses politik serta pentingnya memperjuangkan aspirasi rakyat melalui saluran politik yang sah. AMK berusaha untuk menciptakan suasana di mana pemuda merasa terhubung dengan dinamika politik dan sosial yang lebih luas.

5. Propaganda

Propaganda merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan secara berencana, sistematis, dan berulang-ulang untuk mempengaruhi seseorang, khalayak, atau bangsa agar melaksanakan kegiatan tertentu dengan kesadaran sendiri tanpa paksa atau dipaksa Effendy (1984). Sebagai organisasi sayap dari Partai Persatuan Pembangunan (PPP), AMK lebih fokus pada peningkatan kesadaran sosial melalui kegiatan positif yang mendidik. AMK berkomitmen untuk menjadi wadah bagi pemuda yang ingin berperan aktif dalam pembangunan bangsa, tanpa memanfaatkan agitasi atau penyebaran informasi yang bersifat manipulatif.

6. Kampanye Politik

Dalam komunikasi politik, kampanye merupakan serangkaian upaya yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi untuk mempromosikan atau memperjuangkan suatu tujuan tertentu kepada khalayak umum. Dalam konteks politik, kampanye bertujuan untuk memengaruhi opini publik dan mendapatkan dukungan bagi calon, partai, atau kebijakan tertentu. Angkatan Muda Ka'bah sebagai sayap pemuda dari Partai PPP, memiliki peran strategis dalam proses kampanye politik. AMK dalam kampanye mengedepankan hal yang bermanfaat dan meningkatkan kesadaran politik dan partisipasi aktif generasi muda dalam Pemilu. Melalui berbagai kegiatan pada kampanye, AMK berusaha membentuk generasi muda yang kritis dan mendorong pemilih pemula untuk terlibat secara positif dalam demokrasi.

7. Lobi Politik

Menurut Joos dalam Bitman (2024), lobi kepentingan berkaitan erat dengan politisi atau pemangku jabatan yang biasanya menyasar kelompok tertentu. Lobi bertujuan untuk mendapatkan pengaruh yang pasti dan seolah-olah hampir bisa diukur pada keputusan politik tertentu. Lobi yang dilakukan AMK tidak secara langsung pada elit politik namun Lobi yang dilakukan AMK memperjuangkan kepentingan

anak muda dan meyakinkan bahwa AMK dapat memberi angin segar pada pemilih pemula di Kota Padang.

Respon Pemilih Pemula

Respon pemilih pemula sangat bergantung pada bagaimana kandidat atau partai mengkomunikasikan organisasi mereka. Pemilih pemula memiliki kecenderungan memilih berdasarkan citra yang dibangun oleh calon melalui media sosial dan kampanye daring (Sudirman 2018). Respon pemilih pemula terhadap partai dan calon lebih sering dipengaruhi oleh nilai sosial dan kelompok sosial mereka. Berbagai respon pemilih pemula terhadap komunikasi politik AMK mencerminkan keragaman pandangan dan ekspektasi dalam spektrum politik. Sebagian besar pemilih pemula menunjukkan antusiasme terhadap pendekatan inovatif dan kreatif yang diusung oleh AMK dalam menyampaikan pesan politiknya. Pemilih pemula memiliki respon antusias terhadap kegiatan AMK. Pemilih pemula melihat bahwa AMK memberikan ruang bagi pemilih pemula bukan saja dalam kegiatan politik, namun juga menambah pengembangan diri karena AMK tidak berfokus pada politik, tetapi juga mendorong generasi muda untuk aktif dalam kegiatan sosial yang memberikan dampak yang bermanfaat kepada masyarakat.

Strategi Komunikasi Politik

Strategi komunikasi politik yang dilakukan AMK yaitu, *Pertama*, Strategi komunikasi massa. Media massa sering kali dipandang memiliki peranan yang sangat unik dalam pembangunan politik karena memiliki suatu instrument teknologi yang independen dan produknya dapat menjangkau masyarakat dalam jumlah besar. Komunikasi melalui media massa, yakni surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film. Dalam proses komunikasi politik, media massa lebih berperan untuk memberi informasi, mendidik, menghubungkan, dan control sosial. Media massa adalah alat untuk mengirim pesan kepada sejumlah orang (khalayak). Media dengan leluasa menjadi sumber pendidikan politik bagi sebagian besar masyarakat. Pengaruh media massa saat ini dalam memainkan peran untuk meningkatkan sebuah elektabilitas sangat diperlukan. Dalam hal ini AMK menggunakan media sosial baik konvensional dalam menyampaikannya.

Kedua, strategi pola komunikasi menyeluruh. Keberhasilan sebuah organisasi sangat ditentukan oleh perencanaan yang matang. Hal tersebut membutuhkan komunikasi yang bisa diterima berbagai pihak. Untuk itu AMK sendiri juga melakukan komunikasi politik untuk mensosialisasikan hal yang ingin dicapai dalam pemilu 2019. Dalam hal itu komunikasi politik AMK juga dilakukan dengan unsur-unsur dan pola komunikasi itu sendiri. Adapun pola komunikasi yang dilakukan oleh AMK adalah pola komunikasi menyeluruh, dalam model ini bisa dikatakan sebagai model jaringan komunikasi semua jaringan, yang artinya semua orang yang ada dalam kelompok atau organisasi itu

bisa berkomunikasi dengan semua anggota kelompok atau luar organisasi. Pola komunikasi menyeluruh, dapat disimpulkan bahwa komunikasi dilakukan, bisa ringan dan santai maupun formal tergantung situasi dan kondisi. Setiap unsur yang ada terlibat dalam menjaga sinergitas dalam menjalin komunikasi.

KESIMPULAN

Komunikasi politik AMK dilakukan dengan berbagai bentuk dimulai dari retorika, agitasi, public relation politik, lobi politik, kampanye politik, dan media massa. Dari segi retorika agitasi dan kampanye AMK cenderung menarik perhatian pemilih pemula dengan penggunaan gaya bicara yang bisa mendorong pemilih pemula nantinya memilih PPP. Sedangkan dari *public relation politic* dan media massa AMK membuat berbagai terobosan bahwa AMK adalah organisasi sayap partai yang bisa mengikuti trend anak muda. Respon pemilih pemula terhadap komunikasi politik Angkatan Muda Ka'bah sangat antusias dan yakin untuk memilih partai PPP dalam pemilu. Hal ini disebabkan ketertarikan pemilih pemula di kota Padang terhadap program dan kebijakan yang akan dilaksanakan oleh PPP. Selain itu pemilih pemula melihat bahwa AMK memberikan ruang bagi pemilih pemula tidak hanya aktif dalam kegiatan politik, tetapi juga untuk mengembangkan diri dan berkontribusi dalam organisasi tersebut. Pola komunikasi yang dilakukan oleh Angkatan Muda Ka'bah yaitu pola menyeluruh, setiap informasi dan tujuan akan bisa tersampaikan dengan mudah. Pola ini melibatkan setiap unsur serta menyesuaikan dengan kondisi, agar tujuan komunikasi dan pesan politik Angkatan Muda Ka'bah untuk menarik pemilih bisa berhasil. Namun dalam melakukan komunikasinya, pesan yang khususnya politik tidak dapat menarik minat pemilih pemula untuk memilih partai PPP.

DAFTAR PUSTAKA

- Riwanto, A. (2016). Hukum partai politik dan hukum pemilu di Indonesia. *Yogyakarta: Thafa Media*.
- Elvinaro, A., Lukiati, K., & Karlinah, S. (2004). Komunikasi massa suatu pengantar. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 7*.
- Arifin, A. (2011). *Komunikasi politik: filsafat, paradigma, teori, tujuan, strategi, dan komunikasi politik Indonesia*. Graha Ilmu.
- Dewi, S. F., & Sos, S. (2017). *Sosiologi Politik*. Gre Publishing.
- Effendy, O. U. (2011). Ilmu komunikasi teori dan praktek.
- Media Indonesia., 2018. *Survei Alvara: Milenial Cuek Terhadap Politik*. 20 Oktober 2018.
- Said, S. (2016). *Politik Agitasi dan Reformasi*. Kompas.
- Sartori, G. (2005). Party types, organisation and functions. *West European Politics, 28(1)*, 5-32.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta