

MANAJEMEN PERUBAHAN KOMUNIKASI PARTAI POLITIK NEW WAVE: SEBUAH STUDI ETNOGRAFIS DI PARTAI PSI JAWA BARAT

Virza Utama Alamsyah, Poltak Sinaga, Gracia Ugut, Edison Hulu

DRM Program, Universitas Pelita Harapan
Jakarta, Indonesia

e-mail: virzautama@outlook.com

Abstrak

Studi ini bertujuan untuk menjawab bagaimana laju Partai Solidaritas Indonesia (PSI) di Jawa Barat dalam menjalankan strategi komunikasi politiknya berbeda dengan PSI di DKI Jakarta, hal ini menjadi sebuah fenomena menarik karena sejatinya Jawa Barat berbatasan langsung dengan DKI Jakarta. Riset ini menggunakan pendekatan kualitatif Etnografi untuk menemukan dan menggambarkan dinamika partai guna meningkatkan performa komunikasi politik PSI di Jawa Barat. Berdasarkan hasil penelitian didapati bahwa manajemen komunikasi politik new wave terdapat dalam tubuh PSI Jawa Barat. Pendekatan tiga hal penting yakni kultur-nilai, coaching oleh ketua dan sikap progresif-dinamis anak muda membuat PSI Jawa Barat mendapati posisi politik yang berbeda dalam konstetasi di Jawa barat

Kata kunci: Komunikasi Politik, Manajemen Perubahan, PSI

NEW WAVE POLITICAL PARTY COMMUNICATION MANAGEMENT: AN ETHNOGRAPHIC STUDY IN PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA

Abstract

This study aims to answer how the pace of the Indonesian Solidarity Party (PSI) in West Java in implementing its political communication strategy is different from the PSI in DKI Jakarta, this is an interesting phenomenon because West Java is actually directly adjacent to DKI Jakarta. This research uses a qualitative ethnographic approach to find and describe party dynamics in order to improve the performance of PSI political communication in West Java. Based on the research results, it was found that the new wave political communication management was present in the body of the West Java PSI. The approach of three important things, namely culture-values, coaching by the chairman and the progressive-dynamic attitude of young people made PSI West Java find a different political position in the West Java constellation.

Keywords: Change Management , Political Communication, PSI

PENDAHULUAN

Dinamika partai politik diwarnai oleh perbedaan persepsi dan pandangan, sebagaimana sebuah organisasi yang sarat dengan diversitas partai politik selalu diisi dengan jual-beli ide dan gagasan. Partai politik tentunya memegang teguh nilai dan ideologi yang diusung sehingga

pergerakan partai politik akan selalu mengarah pada atribut atribut socio-culture yang berusaha diwujudkan oleh parpol tersebut. Jika kita melihat selama dua daswarsa terakhir terjadi perubahan yang cukup signifikan pada partai partai bernuansa Islam, *image* parpol religi yang terkesan mulia ini perlahan bergerak ke arah pragmatis (Syamsuadi, Zamhasari, Hartati, & Trisnawati, 2020). Lebih

lanjut lagi romantisme partai politik pada acuan historis tidak lagi menjadi jaminan bahwa partai tersebut memiliki gambaran dan persepsi public yang baik, berkaca pada kasus korupsi yang menimpa sejumlah partai religi membuat sejumlah parpol tidak lagi menggunakan pilihan komunikasi yang sama. Dalam 40 tahun terakhir, Indonesia menghadapi periode-periode yang berbeda, dimulai dengan rezim otoriter Soeharto pada tahun 1966. Dalam studi yang dilakukan Gazali, Hidayat, dan Menayang (2009) bahwa pada periode tersebut rezim Suharto menjadi pusat interaksi antara media, ekonomi, masyarakat sipil, dan pemerintah itu sendiri. Di bawah tekanan politik rezim, disiplin akademis komunikasi politik yang mulai tumbuh berkembang lambat di Indonesia. Masa reformasi, yang telah membentuk lanskap politik, sosial, dan budaya Indonesia sejak 1998 telah menciptakan pemerintahan yang lebih terbuka, demokratis, tetapi juga lemah secara politik. Namun, pada saat yang sama. Masyarakat sipil Indonesia, pasar ekonominya, dan media massa telah berkembang pesat. Seperti yang diharapkan, periode waktu ini juga memberikan lahan subur untuk penelitian komunikasi politik. Kajian yang dihimpun tidak hanya menunjukkan peningkatan yang signifikan pada kuantitas kajian penelitian yang dilakukan di Indonesia sejak tahun 1998, tetapi juga peningkatan keragaman topik yang diteliti. Topik-topik baru ini mencakup kajian hukum media dan kebebasan pers, struktur industri media, isu-isu keagamaan, konflik antar partai dan berbagai kelompok sosial dan budaya di Indonesia, dan, tentu saja, pemilu dan kampanye.

Lalu bagaimana dengan partai partai yang bernafaskan nasionalisme, sejarah memang mencatat bahwa partai nasionalis seringkali keluar menjadi kampiun dalam hal electoral, namun yang menjadi catatan adalah tidak ada partai yang memiliki hegemoni yang kuat setelah era reformasi. Menarik untuk melihat misalnya apa yang terjadi pada Partai Nasdem, partai ini mencatat hasil *electoral* yang baik pada tahun 2019 yang lalu. Merujuk pada studi yang ditulis oleh Sakti, Hamdi, dan Kurniawan (2020) Nasdem sebenarnya memilih jalur konvensional yakni

menempuh jalur populis, dimana strategi komunikasi politik mereka yakni menggunakan asosiasi positif dari calon presiden yang mereka dukung yakni Presiden Joko Widodo. Yang dilakukan Nasdem bukan tanpa hitung hitungan yang jelas, mereka meyakini bahwa sosok seperti Presiden Joko Widodo yang merupakan media darling akan memberikan kontribusi dalam hal menyumbang suara konstituen ke lumbung suara Nasdem.

Dalam teori komunikasi dasar kita mengenali tiga hal penting yakni : *sender, media dan receiver*. Partai politik dalam menjalankan strategi komunikasi politiknya selalu bersandar pada dua hal pertama yakni siapa actor yang akan bersuara dan pesan apa yang dipakai dalam komunikasi politik tersebut. Hart (2020) menulis sebuah studi yang menggambarkan bagaimana populisme adalah cara efektif yang bisa dilakukan oleh actor politik untuk berselancar dan memecah ombak popularisasi politik. Contoh sederhananya ada pada kasus kampanye politik Prabowo Subianto yang terus menerus menyuarakan keadilan sosial bagi rakyat yang saat itu terpecah dalam polarisasi politik, hasilnya cukup signifikan meskipun kalah dalam pilpres 2019 Gerindra meraup suara yang cukup tinggi dan ada dalam posisi yang menguntungkan dalam parlemen. Demikian, sekarang. Apakah populisme itu sendiri merupakan kekuatan positif untuk melakukan perubahan atau ancaman bagi demokrasi? Populisme dapat meningkatkan representasi dan memberikan suara kepada kelompok warga yang tidak merasa didengar oleh elit politik saat ini. Praktik populisme berpeluang memperluas perhatian untuk isu-isu yang tidak menjadi berita utama. Populisme dapat juga memobilisasi kelompok orang yang merasa terpinggirkan dari sistem politik. Populisme lebih jauh dapat meningkatkan daya tanggap sistem politik dengan membuat para aktor dan partai lebih menyelaraskan kebijakan mereka dengan "keinginan rakyat". Populisme mungkin merupakan peringatan yang disruptif bagi para pemegang kekuasaan, dan mendorong refleksi berkala atas perilaku dan elitisme mereka. Meski

begitu, populisme mungkin membawa sisi buruk atau memiliki konsekuensi negatif langsung bagi demokrasi liberal. Populisme mungkin mengekang hak minoritas.

Populisme dapat menggunakan mandat elektoral untuk mengikis institusi independen yang dianggap sebagai batu penjurus demokrasi liberal seperti pengadilan atau media bebas. Populisme mungkin mengarah pada tribalisme politik, yang menghalangi wacana sipil dan melemahkan kompromi politik (De Vreese, C. H., Esser, Aalberg, Reinemann, & Stanyer, J., 2018). Terlepas dari debat publik yang berkembang dan penelitian akademis tentang populisme, sedikit yang telah ditulis tentang motif emosional dan rasional para pemilih yang mengikuti rangkaian gagasan populis. Dengan kata lain, pengetahuan tentang fondasi mikro populisme (Hawkins, Read, & Pauwels, 2017) masih minim. Meskipun benar bahwa banyak sarjana memiliki teori-teori maju yang membantu menjelaskan mengapa para pemimpin dan partai populis menjadi lebih sukses dalam beberapa dekade terakhir di negara-negara di seluruh dunia, sebagian besar teori ini tidak secara langsung terkait dengan populisme, melainkan dengan fenomena lain yang pada prinsipnya mengarah pada dukungan yang tumbuh untuk kekuatan populis. Hal ini terutama berlaku dalam debat Eropa tentang populisme, yang hingga saat ini sebagian besar difokuskan pada jenis kekuatan populis yang sangat spesifik: sayap kanan radikal populis. Faktanya, teori paling umum yang dikemukakan dalam diskusi Eropa berguna untuk menjelaskan keberhasilan dan kegagalan pemilu dari partai politik baru secara umum daripada kekuatan populis pada khususnya. Perlu digarisbawahi bahwa populisme dan media adalah satu keterikatan dimana populisme ini hanya bisa dihantarkan melalui media yang tepat. Saluran komunikasi adalah jalan agar populisme ini dapat dituai keuntungan elektoralnya oleh pelaku politik.

Sebagaimana diuraikan di atas bahwa saluran komunikasi merupakan sarana politik yang dapat memberikan kemudahan bagi setiap individu atau kelompok dalam melaksanakan dan

menyampaikan pesan serta tujuan yang ingin dicapai. Di sini saluran komunikasi politik dibagi menjadi tiga bagian, yang pertama adalah komunikasi interpersonal, yaitu komunikasi antara individu dengan individu lain atau individu dengan kelompoknya. Saluran utama dalam komunikasi interpersonal terdiri dari dua keluarga dan teman atau lingkungan. Komunikasi kedua organisasi; komunikasi yang menggabungkan sifat-sifat yang terkandung dalam komunikasi massa serta komunikasi antar pribadi. Komunikasi organisasi dapat terdiri dari partai politik, lembaga keagamaan, kelompok kerja dan kelompok atau berbagai bentuk organisasi lainnya. Ketiga adalah komunikasi massa. Komunikasi massa adalah komunikasi yang dapat melibatkan individu dengan khalayak atau kelompok kepada massa atau khalayak. Sebagaimana telah dijelaskan bahwa komunikasi massa termasuk dalam kegiatan media massa. Seperti penyampaian berita politik atau mempengaruhi khalayak terhadap sesuatu atau sekedar informasi Messenger yang lebih baik. Ketiga saluran di atas memiliki peran yang sangat besar dalam penyampaian komunikasi. Oleh karena itu, komunikator berperan dalam penyampaian informasi dan pesan yang disampaikan. Persoalannya, media kontemporer yang terkontaminasi kepentingan politik-ekonomi dan cenderung menampilkan model-model propaganda dan pengaturan persepsi publik terhadap peristiwa atau isu tertentu. Konsentrasi kepemilikan media berpengaruh pada skala individu maupun komunitas. Bukan hanya karena penguasaan frekuensi aktual dianggap domain publik dan sumber daya alam yang terbatas dimonopoli tetapi juga fungsi media sebagai penyedia beragam ide, pandangan dan informasi juga sebagai saluran penyampaian opini publik yang penting bagi demokrasi pun terganggu. Selain itu, pluralisme budaya yang semestinya terwujud dalam konten media juga berpotensi terhalang oleh setting homogen. Gambaran kondisi media ini hanyalah contoh kecil dari dinamika pendukung demokrasi di Indonesia. Hal ini dimaksudkan untuk melihat wadah partisipasi masyarakat yang telah berkembang. Fenomena ini menjadi lebih

kompleks ketika perkembangan terakhir menunjukkan media massa yang terkonvergensi dengan dukungan internet menimbulkan opini public yang bias dan liar. Mengapa sebagian orang lebih suka membicarakan hal-hal politik daripada yang lain? Kepentingan politik adalah kecenderungan untuk terlibat dalam segala hal yang bersifat politik. Fenomena ini biasanya terjadi pada saat seseorang berada dalam taraf sebuah remaja atau awal mulai beranjak dewasa. Tidak banyak ilmuwan politik yang memperhatikan perkembangan kognisi dan perilaku politik dalam pertumbuhan manusia, studi ini dibuat sebagai sesuatu yang penting karena urgensi untuk menggambarkan kepentingan politik yang disusun melalui media komunikasi yang terbaru.

Populisme akan bergantung pada penggunaan karakteristik konten dan fitur gaya komunikasi, seseorang dapat membedakan jenis populisme yang berbeda dengan memisahkan jenis populisme berdasarkan referensi dan seruan kepada rakyat, seberapa besar menyuarakan anti-elitisme, dan penguatan antar kelompok. Populisme permukaan hanya mencakup rujukan dan himbauan kepada rakyat dan dorongan perlindungan pada kelompok luar, sedangkan populisme anti-elitis mencakup rujukan dan himbauan kepada rakyat dan anti-elitisme. Akhirnya, pada tataran yang paling rendah adalah populisme kosong yang hanya mencakup referensi dan himbauan kepada rakyat. Revolusi digital dan perubahan populisme memiliki kemungkinan untuk mengubah komunikasi politik dan partisipasi, serta kepemimpinan dan komunikasi organisasi secara umum. Saluran komunikasi merupakan alat sekaligus sarana untuk memperlancar penyampaian pesan. Pesan di sini bisa berupa simbol-simbol seperti pembicaraan, gambar, maupun tindakan. Atau bisa juga melakukan kombinasi simbol untuk menghasilkan cerita, foto (still picture atau film), juga pementasan drama. Alat yang dimaksud disini tidak hanya sebatas media mekanik, teknik, dan alat untuk bertukar lambang, tetapi manusia sejati manapun bisa berfungsi sebagai saluran komunikasi. Jadi, alih-alih saluran komunikasi itu berbagai pemahaman tentang siapa yang berbicara

dengan siapa, tentang apa, dalam keadaan bagaimana, sejauh mana dapat dipercaya. Political Communicator, siapapun dia dan apapun jabatannya, melalui proses komunikasi dengan struktur formal aliran pesan dan nonformal menuju sasaran (komunikan) yang berada di berbagai lapisan masyarakat. Dalam komunikasi politik, saluran atau media disini dapat diartikan sebagai alat atau sarana yang digunakan oleh Komunikator dalam menyampaikan pesan politik (Cangara, 2009)

De Sio dan Weber (2020) menunjuk engagement pada social media dapat merefleksikan bagaimana parpol tersebut diposisikan di benak calon voters. Setelah parpol membentuk public opinion, maka parpol akan mengkalkulasi *electoral risk* dan akan menentukan strategi populis apa yang akan membuat performa electoral mereka meningkat. Sebuah fenomena unik pun muncul partai politik yang baru biasanya akan kesulitan dalam mendulang suara dan kepercayaan masyarakat. Jika tolok ukurnya adalah lolos parliamentary threshold tentu tidak ada parpol baru yang lolos pada 2019 lalu, namun jika memakai kita perkecil pada persepsi dan kepercayaan akan parpol baru, nama Partai Solidaritas Indonesia (PSI) mencuat diantara parpol parpol baru yang ada. Jika menilik dari ideologi dan impresi yang coba dihadirkan PSI di media media yang ada PSI bukan saja memainkan isu populis melainkan juga *'menjual'* kepemudaan dan sifat progresif yang mendobrak praktik politik lama (Moneter & Susanto, 2020). Hasilnya tak main main di DKI Jakarta Elektabilitas PSI menduduki peringkat atas yakni nomor dua dalam sebuah survey, Hal ini menandakan piawainya PSI dalam melancarkan komunikasi politik. Sayangnya hal ini tidak berlaku di Jawa Barat, agresifitas politik PSI Jawa Barat tidak setajam PSI Jakarta. Lewat fenomena itulah mengapa studi ini ditulis, agar riset ini bisa menjawab hal tersebut sekaligus dapat menggambarkan proses dinamika komunikasi politik PSI di Jawa Barat.

METODE

Dalam menyelesaikan pertanyaan riset yang sudah di paparkan sebelumnya peneliti menggunakan pendekatan kualitatif karena metodologi penelitian kualitatif bersifat induktif dan berfokus pada makna; Pendekatan ini dapat menggali hasil yang berbeda dengan tujuan yang berbeda, hal ini mencerminkan dasar ontologis dan epistemologis yang berbeda pula. Berakar pada sosiologi dan antropologi, etnografi adalah salah satu pendekatan kualitatif awal dan berkaitan dengan pembelajaran tentang orang, berbeda dengan mempelajari orang, melalui pencelupan dalam populasi asli. Etnografi tradisional dicirikan oleh pengamatan mendalam terhadap kelompok individu, menyadari pengaruh konteks sejarah dan budaya pada interaksi sosial. Proses terlibat dalam konteks dunia nyata dan analisis rinci memungkinkan peneliti untuk menemukan dan mendeskripsikan kompleksitas dan nuansa budaya bersama dari dunia sosial, dan untuk menafsirkan makna fenomena yang diteliti. Menjelajahi organisasi di tingkat makro dapat menghasilkan pemahaman yang lebih baik tentang proses, aktivitas, dan praktik melalui observasi dan keterlibatan peneliti dengan peserta dan pengaturan. Meskipun telah dikatakan bahwa etnografi adalah murni metode pengumpulan data, secara epistemologis etnografi adalah tentang keterlibatan dalam budaya untuk melihat, mempelajari, dan menafsirkan realitas dengan melibatkan peserta, baik secara terang-terangan maupun terselubung di lingkungan alaminya. (Jones & Smith, 2017)

Bangunan etnografi yang kaya dari paruh pertama abad ke-20 membuat para peneliti kualitatif mengidentifikasi pola umum kepemimpinan yang kemudian mempengaruhi teori evolusi kepemimpinan di kemudian hari. Salah satu perbedaan penting adalah bahwa antara status yang diperoleh (*taken*), yang dicapai melalui keterampilan dan persaingan individu, dan status yang asal mula (*granted*), yang diberikan kepada individu berdasarkan kualitas yang telah ditentukan termasuk usia, jenis kelamin, pernikahan, dan kekerabatan. Posisi kepemimpinan yang dicapai (*taken*) lebih umum di masyarakat kecil, otonom, berbasis kerabat, dan

oleh karena itu lebih berpengaruh pada teori evolusi kepemimpinan, sedangkan posisi yang dianggap lebih umum di masyarakat yang lebih besar dan lebih kompleks (Lewis, 1974), dan oleh karena itu sering dianggap mencerminkan proses evolusi budaya. Riset ini menggunakan dasar-dasar kembali ke para pemikir besar yang mengilhami asal-usul komunikasi politik, ada satu alur menarik di dalam teori ini. Setiap orang berkontemplasi dengan kekuatan sosial yang terkait dengan kebangkitan masyarakat modern-transisi dari tatanan rasional hukum tradisional ke masyarakat yang modern, berbasis lembaga publik. Struktur sosial-modern yang muncul akan membuat riset-riset seperti ini memahami aliran pengaruh melalui hubungan antara kelompok dan sistem status yang memberi isyarat bagaimana orang belajar dari orang lain tentang ide dan mode apa yang harus diadopsi.

Riset ini menggunakan pendekatan kualitatif yakni Political Ethnography sebagaimana mana Tilly (2007) menulis hanya dengan pendekatan inilah fenomena politik bisa dijelaskan secara *art* maupun *science*. Studi etnografi politik menggunakan kemampuan ini melalui keterlibatan mereka melalui dua bentuk kekuasaan yang signifikan dan saling terkait, Kedua hal tersebut menekan gerakan demokrasi dan sebagian besar tetap diabaikan dalam catatan umum tentang peran publik dari ilmu politik. Bentuk pertama adalah kalsifikasi debat politik yaitu, kecenderungan pengambil keputusan dan aktor publik lainnya (termasuk ilmuwan sosial) untuk menjaga agar peristiwa politik tetap ada pada koridor moral, sehingga membatasi peluang bagi gerakan demokrasi untuk menyuarakan gagasan yang kontroversial. Misalnya, dalam debat tentang kepentingan kelompok marjinal, pendukung politik dan ilmuwan sosial sering kali memperkuat seruan untuk persatuan yang mengkalsifikasi anggapan kesamaan dalam kelompok-kelompok ini dan, akibatnya, hal tersebut menekan pada titik dimana ketidaksetaraan terjadi secara intragroup (Forrest, 2017).

Selanjutnya riset ini menggunakan alur maju bertahap yang digagas oleh Spradley, dimana

peneliti memiliki lima tahap untuk dapat menyelesaikan dan menjawab pertanyaan riset ini. Yakni memilah milah teknik pengambilan data, kemudian secara sistematis menjalani langkah demi langkah dalam penelitian,, menjaga asas orisinalitas atau tidak adanya manipulasi data, dan menginterpretasi hasil penelitian dalam koridor etika demi membuahkan solusi pada permasalahan penelitian. Riset ini bertempat dan dilangsungkan di kota Bandung, tepatnya di kantor DPW Jawa Barat Partai Solidaritas Indonesia. Alasan penggunaan situs atau tempat ini adalah tempat itu adalah pusat kegiatan dan pergerakan

komunikasi politik PSI Jawa Barat. Objek penelitian ini adalah budaya dan mekanisme manajemen ide juga isu dalam pergerakan komunikasi politik PSI Jawa Barat. Budaya dalam PSI inilah yang akan menjelaskan pergerakan komunikasi politik PSI Jawa Barat. Peneliti menggunakan observasi, wawancara dan juga dokumentasi sebagai teknik pengambilan data. Dengan menggunakan penelitian model alur maju bertahap maka dapat digambarkan melalui gambar 1.1. dibawah ini alur penelitian kualitatif yang dijalani oleh penulis.



Sumber : Penelitian 2021

Gambar 1.1. Alur Penelitian

Penelitian ini juga menggunakan teknik keabsahan data melalui perpanjangan pengamatan, pengamatan yang dikonfirmasi (face validation), dan triangulasi waktu. Sehingga ketiga hal ini akan meyakinkan peneliti bahwa data yang diperoleh sudah cukup untuk dapat

dinterpretasikan dan menjawab pertanyaan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Studi di masa awal oleh Converse (1964), karya terbaru oleh Banda (2016), dan banyak studi di antaranya telah membahas cara-cara di mana warga negara mengatasi asimetri informasi yang intrinsik dengan politik — yaitu, lakonisme dan ketidakjelasan politisi. Para peneliti umumnya setuju bahwa warga negara memiliki dua pilihan berikut yang mereka inginkan (Kuklinski & Hurley 1994; Lau dan Redlawsk 2006): (1) mencurahkan waktu mereka untuk belajar lebih banyak tentang siapa yang akan mereka pilih (2) membuat kesimpulan dari informasi terbatas yang tersedia di media. Meskipun peluang pertama memiliki daya tarik demokrasi yang besar, peluang tersebut juga tampak ideal dan tidak realistis (Darmofal 2005). Tentu saja, warga negara dapat mengambil keputusan idealis setelah mereka mencari informasi tambahan, serta mampu menavigasi. Namun, benar-benar melakukan navigasi akan memakan waktu dan karenanya jarang terjadi. Sebaliknya, warga lebih cenderung mencoba meniru pengambilan keputusan yang praktis, misalnya, dengan mengambil isyarat yang diberikan oleh politisi dan menyimpulkan komponen yang hilang. Isyarat semacam itu dapat didefinisikan sebagai potongan kecil informasi, yang disajikan baik secara lisan atau visual dan disematkan oleh politisi (atau ahli strategi mereka) dalam komunikasi mereka (Baker, 2009; Banda, 2016). Rata-rata, ada bukti bahwa warga biasanya hanya menggunakan tiga sampai lima isyarat saat membuat penilaian (Hastie & Dawe, 2009). Studi ini dimulai dari sebuah statement yaitu keterpaparan warga terhadap isyarat terbukti menimbulkan efek substansial pada hasil politik.

Pemahaman komunikasi politik harus dikaitkan dengan sosialisasi politik. Interaksi dengan komunikasi politik antara anggota legislatif dan masyarakat dalam sistem politik akan menciptakan ruang pidato yang lebih dalam. Kontak langsung antara anggota legislatif dan lembaga politik dapat mempengaruhi sikap dan perilaku politik individu dan kelompok baik untuk tetap setia atau mendukung sistem politik

pemerintah atau partai politik atau malah memposisikan diri sebagai oposisi. Pemasaran politik menjadi hal terendah yang ada dalam komunikasi politik. Perspektif sosialisasi politik ini menunjukkan bahwa pengalaman sosialisasi dapat mempengaruhi perilaku politik di kemudian hari. Lebih lanjut lagi sosialisasi sebagai proses interaksi sosial. Interaksi inilah yang kemudian menjadi sumber untuk memperoleh pengetahuan, sikap, nilai, dan perilaku yang esensial bagi partisipasi aktif dalam masyarakat guna memilih dan berpartisipasi dalam kegiatan politik.

Penelitian menunjukkan bahwa media tradisional membentuk gambar elit, biasanya berlebihan dengan simbolisme seperti yang ada di film (misalnya Fiske 1994; Callaghan & Schnell 2005; Johnson-Cartee 2005; Ekström 2006). Lanskap politik "medialized", yang berarti bahwa partai dan politisi menyesuaikan diri dengan tuntutan media dan jurnalis (Asp 1986; Schultz 2004; Strömbäck 2009). Namun di media sosial, pengirim bertanggung jawab atas fotonya sendiri, tidak ada filter yang ditangani oleh jurnalis (Saldago & Strömbäck 2011). Singkatnya, jelas kita sedang memasuki titik balik penting lainnya tidak hanya dalam teknologi komunikasi tetapi dalam struktur sosial dan pembentukan identitas yang mempengaruhi perilaku khalayak. Beberapa ahli telah memberi tahu kita tentang peralihan momen kita saat ini. Bimber (2003) menggambarkan peran perubahan teknologi informasi untuk penyampaian pesan dan organisasi sosial yang mempengaruhi keseimbangan kekuasaan dalam masyarakat. Schudson (1998) telah meneliti interaksi luas dari proses politik, sistem komunikasi, dan gaya warga negara yang muncul yang mempengaruhi konsumsi dan respon terhadap komunikasi. Riset yang lebih teoritis pada tingkat ini diperlukan, dan itu harus mencakup perspektif demokrasi yang lebih luas di mana untuk memahami "efek efek" yang lebih besar. Jika tidak, kita sedang menuju era baru perdebatan yang membingungkan atas temuan yang serupa dengan yang ada di era sebelumnya. Pada bagian berikut, riset ini menyarankan beberapa pertimbangan untuk

memikirkan kembali perubahan sikap paryai, pesan, dan teknologi penyampaian dalam proses komunikasi politik.

Peneliti memulai observasi di ruangan pengurus DPW PSI Jawa barat, karena asumsi peneliti bahwa segala ide tentang pergerakan partai politik harus dimulai di ruangan ini. Kepemimpinan menjadi hal pembeda dalam penelitian ini, merujuk pada Indriyani (2020) bahwa peran pemimpin politik dalam memberi warna dan edukasi pada member parpolnya adalah nyata, Disinlah para pemimpin politik menyirami anggotanya bukan saja dengan ideologinya tetapi juga arahan tentang seberapa keras pergerakan politik itu harus dibuat. Hembusan visi ini juga yang menciptakan sebuah kultur pembentukan identitas pengurus. Menyambung pengaruh kepemimpinan kita dapat melihat sebuah evidence-based dari studi yang dilakukan oleh Linley dan Minhas (2011) dimana dikatakan bahwa pemimpin yang efektif adalah pemimpin yang mampu mengenali pengikutnya dan menemukan kelebihan di dalam hal ini adalah pengurus DPW PSI Jawa Barat. Lebih jauh lagi Linley dan Minhas menjelaskan bahwa kepemimpinan yang efektif dapat mengaktifkan fitur coaching, dalam hal ini pemimpin partai meluangkan waktu bukan saja untuk mengarahkan tetapi membagi nilai nilai sehingga terbentuklah *belief system* yang sama pada partai politik tersebut. Dinamika proses edukasi dari sang ketua ke para pengurus inilah yang menjadi cikal bakal pola manajemen isu PSI

Jawa Barat. Seperti yang diungkapkan oleh ketua PSI Jawa Barat Furqan,

“Saya sudah menjadi aktivis bertahun tahun, dan setelah proses politik yang panjang saya ingin PSI menjadi platform perjuangan untuk rakyat. Saya ingin benar benar memastikan bahwa yang ikut saya adalah orang orang yang berpihak pada rakyat. Taruh kata cendikiawan seperti kamu ingin terlibat dalam politik praktis, saya ingin kamu memiliki spirit yang sama dengan saya bahwa saya berjuang benar benar untuk rakyat, tak terhitung biaya tenaga yang sudah saya keluarkan karena saya bena benar ingin terjadi perubahan di masyarakat.”

Jika menilik pada pernyataan ketua PSI Jawa Barat, maka jelas bahwa PSI adalah pertarungan besar bagi niat mulia Furqan untuk merubah nasib rakyat yang nyata-nyatanya sulit lepas dari efek buruk kebijakan pemerintah yang salah sasaran. Perihal ini memperkuat studi yang dilakukan oleh Haddad dan Hijran (2017) yang menyatakan bahwa kepemimpinan politik yang bernuansa sunda yang mengedepankan pemimpin sebagai inspirator ditemukan juga pada tubuh partai PSI Jawa Barat, Furqan yang kerap disapa dengan sebutan Bro Furqan mengimplementasikan nilai nilai budaya pada kepemimpinan politiknya. Hal ini terlihat dalam penegasan sikap PSI Jawa Barat yang keras dalam menyampaikan posisi politiknya namun tidak meninggalkan adab dalam menyampaikan kritik sosial.



Sumber : PSI Jawa Barat, 2020

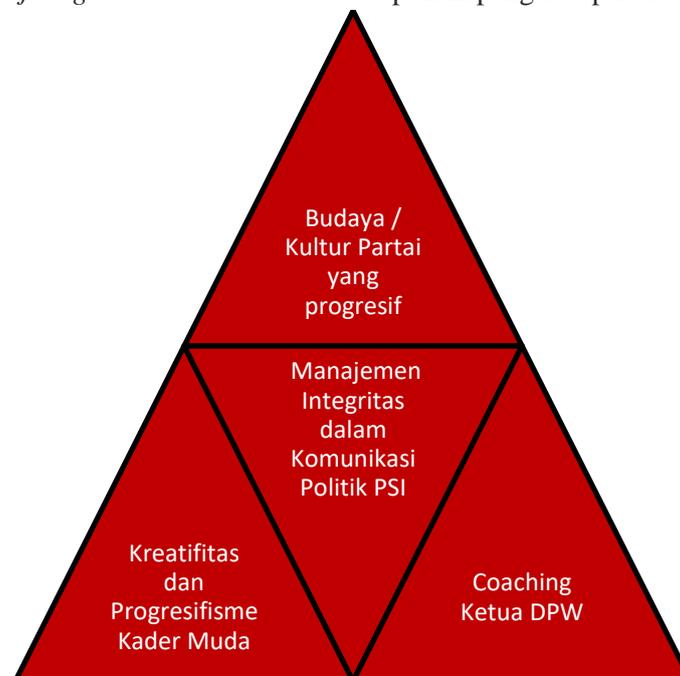
Gambar 2 Coaching Session oleh Ketua

Peneliti melakukan beberapa interview atau wawancara dengan pengurus pengurus yang berkenaan dengan manajemen komunikasi politik PSI Jawa Barat. Peneliti mendapat nilai nilai yang dibagikan oleh ketua partai linier dengan sikap para pengurus tersebut. Hal ini terdapat pada pernyataan Bro Bayu (merujuk kebiasaan PSI untuk menyebut Bro dan Sis kepada sesama anggota partai)

“ Menjadi seorang aktivis pasti saja ujung ujungnya ke parpol, jujur saja kenapa saya mau masuk PSI ya karena Bro Furqan yang ngeyakinin saya kalo PSI pas buat jadi platform yang tepat untuk memperjuangkan suara suara

ketidakadilan. Di PSI wajib hukumnya menyuarakan suara minoritas, makanya saya rasa partai ini satu visi lah sama saya. “

Dalam Riset ini setidaknya ada tiga hal penting yang ditemukan peneliti yakni *Micro Social Capital* atau modal sosial mikro yang dibawa oleh Bro Furqan setelah menjalani aktivis selama bertahun tahun. Hal kedua adalah kesengajaan yang dilakukan oleh Bro Furqan dalam memimpin yakni mengcoaching para pengurus komunikasi politik PSI Jawa Barat. Dan hal ketiga yang timbul sangat sering pada penelitian ini adalah kultur progresif dari PSI yang memayungi sikap politik pengurus partai.



Sumber : Penelitian ,2021

Gambar 3. Skema Temuan Penelitian

Namun jika membandingkan dengan apa yang ada pada PSI Jakarta terdapat beberapa perbedaan yaitu pada pola pengambilan keputusan komunikasi politik pada Jawa Barat lebih lambat karena ada proses verifikasi pesan yang berlipat lipatan, tujuannya agar pesan politik tersebut tidak disalah artikan oleh masyarakat. Hal ini juga sebenarnya terkait pada adab yang dipegang oleh ketua Furqan untuk menjaga jangan sampai hati nurani rakyat tidak terluka dengan pernyataan politik PSI Jawa Barat apabila pernyataan

tersebut bersifat sensitive. Ini dapat dijumpai pada pesan politik PSI Jawa Barat yang menolak tegas sikap intoleran tetapi tidak memusuhi komunitas muslim tertentu, dalam hal ini kebijaksanaan ketua dipandang sangat vital dalam menjaga posisi politik PSI di Jawa Barat. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa media tradisional membentuk gambar elit, biasanya berlebihan dengan simbolisme seperti yang ada di film. Lanskap politik "medialized", yang berarti bahwa partai dan politisi menyesuaikan diri

dengan tuntutan media dan jurnalis sangat cocok dengan temuan riset ini dimana pimpinan PSI Jawa barat memediasi figur dan media dalam satu platform (Strömbäck 2004). Namun di media sosial, pihak pengelola bertanggung jawab atas fotonya sendiri, tidak ada filter yang ditangani oleh jurnalis.

Seperti yang diidentifikasi dalam studi sebelumnya tentang kepemimpinan politik dan media sosial, konsep personalisasi sangat penting. Dapat dikatakan bahwa personalisasi dapat dilihat sebagai salah satu cara membangun kepemimpinan; politisi dapat membangun diri mereka sendiri dengan cara yang dipersonalisasi atau dengan cara yang kurang dipersonalisasi. Politik telah dipersonalisasi sebagai konsekuensi dari mempopulerkan politik citra diri di mana batas antara politik dan pribadi, publik dan pribadi, telah dikaburkan Seperti yang dinyatakan oleh van Santen dan van Zoonen (2010),

personalisasi tidak memiliki konseptualisasi tunggal tetapi biasanya dihubungkan dengan pergeseran dari fokus pada institusi politik, organisasi dan kebijakan menjadi konsentrasi pada politisi sebagai individu dengan kehidupan pribadi dan emosi (van Santen & van Zoonen 2010). Media sosial adalah alat yang berguna untuk memungkinkan politisi menampilkannya dengan cara yang dipersonalisasi. Melalui media ini politisi dapat memilih bagaimana dia ingin menampilkan dirinya dan sejauh mana dia ingin mengungkapkan dirinya sebagai individu yang privat dan personal (Enli & Skogerbø 2013; Enli & Thumin 2012). Melalui media ini jarak antara politisi dan warga negara menyempit yang memfasilitasi perasaan kedekatan dengan politisi sebagai individu, dan cara berkomunikasi yang lebih personal di internet-based media memperkuat perasaan ini (Kruikemeier, Van Noort, Vliegthart, & De Vreese,2013).



Ketua DPW PSI Jabar, Furqan Amini M. Chan./dok.PSI Jawa Barat /

Sumber : Galajabar.com ,diakses pada 6 april 2021

Gambar 3. PSI dan Media

Proses manajemen komunikasi politik yang lambat inilah yang menyebabkan PSI Jawa Barat tidak seagresif PSI DKI Jakarta. PSI Jawa Barat Jauh dari isu isu kontroversial. Dinamika jual beli ide seputar pembuatan opini publi di di

PSI Jawa Barat benar benar harus diperhatikan karena lingkungan politik Jawa Barat yang tidak sekosmopolitan DKI Jakarta. Pemahaman populisme sebagai ideologi yang diartikulasikan secara diskursif oleh aktor politik dan aktor media

menjembatani dialektika yang ada dari ilmu politik dan ilmu komunikasi. Dari sudut pandang komunikasi politik yang berbeda, fokusnya sekarang bergeser dari apa yang merupakan ideologi populisme ke bagaimana ia dikomunikasikan. Dari perspektif yang berpusat pada komunikasi ini, penekanannya adalah pada pesan-pesan populis sebagai “fenomena seperti itu” yang independen dan tidak lagi pada keluarga atau tipe politisi partai tertentu. Dengan populisme "sebagai konten," Studi ini mengacu pada komunikasi publik dari komponen inti ideologi populis (seperti orang-sentrisme dan anti-elitisme) dengan serangkaian pesan atau bingkai utama yang khas. Dengan populisme "sebagai gaya," riset ini merujuk pada fakta bahwa pesan-pesan yang mengekspresikan ideologi populis ini sering dikaitkan dengan penggunaan serangkaian karakteristik elemen gaya presentasi. Dalam perspektif ini, populisme dipahami sebagai fitur komunikasi politik daripada karakteristik aktor pengirim pesan. Oleh karena itu, fokusnya adalah pada kontribusi unik dari proses komunikasi untuk "membangun" gagasan populis, dan pada gaya komunikatif yang secara sistematis terjadi bersamaan dengannya.

Melalui diskursus partai, kader partai yang bertugas pada media menjadi “sepaham” dengan gaya populis yang dikehendaki oleh ketua DPW PSI Jawa Barat. Fenomena unik ini yang menjadikan PSI Jawa Barat berbeda dengan DPW PSI yang lain. Hal ini terlihat dari tanggapan seorang kader yakni Bro Lukman.

“Gaya politik pragmatis yang diusung oleh bro ketua memang menjadikan kita berbeda, setelah rapat koordinasi dengan pusat saya merasakan bahwa DPW Jawa Barat memiliki cara tersendiri untuk dekat dengan rakyat tanpa menghilangkan esensi nilai dari PSI itu sendiri”

DPW PSI menyadari bahwa social trust amat berharga pada konstetasi politik, hal ini memberikan sebuah kesadaran politik maka sesuai tagline yang diusung oleh PSI *‘hadir dan kerja bagi rakyat’*, PSI selalu menyatakan kehadiran partai lewat simbol simbol populis-pragmatis. Hal ini wajar menilai bahwa daerah Jawa Barat masih

sarat dengan polarisasi politik yang tajam, dan identitas politik memainkan peran vital di provinsi ini. Sebut saja pada konstetasi politik pilkada yakni pemilihan gubernur Jawa Barat lalu dimana Ridwan Kamil yang keluar sebagai pemenang meraih tiket sebagai Gubernur dengan margin yang tidak terlalu dominan. Tentu saja ada perdebatan dalam hal ini, semisal alasan dikarenakan saat itu calon gubernur-wakil gubernur dibanjiri lebih dari dua pasang namun harus dicermati bahwa hal ini juga yang menandakan dinamika politik di Jawa Barat sangat cair dan dinamis namun juga mengerucut pada ‘kubu politik’. Kondisi unik inilah yang memaksa PSI Jawa Barat untuk bergerak agak berbeda dengan PSI DKI Jakarta, selain kontur politiknya yang cukup *distinctive*, kreatifitas PSI Jawa Barat diuji sampai titik ekstrem. Aplikasinya sangat jelas PSI Jawa Barat tidak boleh hanya bermain di level *‘public image’* atau pencitraan belaka, PSI Jawa Barat membutuhkan impresi yang jauh lebih kuat dari hanya sekedar gambaran partai nasionalis yang pluralis.

Inti dari definisi Manajemen komunikasi politik ini adalah menemukan bagaimana para pemilih memahami spektrum politik PSI Jawa Barat? Mengingat sentralitas media sebagai penghubung utama antara aktor politik dan publik, sungguh mengherankan begitu sedikit perhatian akademisi yang tidak memberikan ruang diskusi pada persimpangan antara media dan populisme pramatis. Banyak upaya, khususnya dalam ilmu politik, telah dilakukan untuk memahami mengapa partai populis berhasil meraih sukses dalam pemilu. Namun, komunikasi yang dinilai sebagai elemen kunci dari fenomena ini sebagian besar telah terabaikan. Bahkan dalam Oxford Handbook of Populism, tidak ada bab yang berfokus pada efek pesan populis pada warga negara, dan hanya satu entri yang melihat populisme dan media (Mudde & Kaltwasser, 2017). Faktanya, pengetahuan politik sistematis tidak hanya terkait dengan peran media tetapi juga pada pertanyaan yang berhubungan dengan aktor populis sebagai komunikator, dan dampak strategi komunikasi populis terhadap electoral vote dari

warga negara (Van Aelst, Peter, et al., 2017.) Studi tersebut dipertegas dengan temuan riset ini dimana PSI Jawa Barat mengambil peran partai politik modern yang memandang komunikasi politik adalah cara baru untuk menyingkirkan praktik *money politic*, PSI Jawa Barat yang memang tidak memiliki capital yang cukup untuk bersaing dengan partai elite terdahulu, menempuh jalur baru dalam komunikasi politik sebuah skema dimana PSI berusaha mengawinkan populisme , media , dan sub-kultur politik ‘muda’.

Manajemen Komunikasi Politik ‘New Wave’

Setiap era komunikasi politik telah mendorong perubahan teori, konsep, dan metode yang merupakan *intersection* antara bidang politik dan pers . Artikel ini berharap dapat menjelaskan lebih lanjut era komunikasi politik yang sedang berkembang ini dengan mengkaji perubahan proses komunikasi yang melibatkan pergeseran hubungan antara publik, media, dan lembaga politik dalam konteks implikasi demokrasi mereka. Kami juga mengeksplorasi bagaimana perubahan ini mempengaruhi validitas konsep tradisional di bidang penelitian komunikasi politik, terutama karena terjadi penyusutan dan penyempitan cara berkomunikasi di kalangan elit. Namun telah tiba masa disruptif , hal ini ditandai oleh pergeseran generasi di antara warga yang lebih muda: sebuah tren yang mencerminkan menurunnya loyalitas pemilih untuk partai-partai pusat yang menghasilkan sebagian besar berita tradisional. Sementara itu, partai populis dan radikal kanan tumbuh di banyak negara, didukung oleh media alternatif dan serangan terhadap media tradisional yang bersifat elitis. Proses komunikasi yang mengganggu ini memerlukan informasi yang meragukan, rumor, dan konspirasi (yang disebut "berita palsu" atau "posttruth") dari jaringan digital yang melewati rutinitas jurnalis konvensional, namun sering memberikan umpan balik ke pers lama untuk menciptakan disinformasi dan kebingungan

Banyak pekerjaan dalam komunikasi politik telah dibentuk oleh asumsi bahwa media lama adalah lembaga yang tersebar luas yang

"menyediakan kerangka kerja yang teratur dan bertahan di mana dan di mana aktor politik lain beroperasi" (Sparrow, 2006). Perspektif ini, bersama dengan cita-cita Habermas (1996) tentang ranah publik yang inklusif, tampak semakin tidak berhubungan karena dua perubahan mendasar. Pertama, perkembangan media sosial dan digital telah meningkatkan penyebaran dan hiruk pikuk suara publik (Dahlgren, 2005) Kedua, fragmentasi publik ini telah menyebabkan "ketidakmampuan untuk berkomunikasi melintasi perbedaan" (Waisbord, 2016.). Tantangan terhadap komunikasi new wave ini diperbesar dengan menurunnya kepercayaan pada lembaga-lembaga seperti partai, pers, dan badan legislatif, yang berfungsi sebagai pusat informasi otoritatif dalam demokrasi modern yang diidealkan. Dalam beberapa kasus, warga menanggapi dengan penghindaran berita, yang diucapkan di antara generasi muda (Banaji & Cammaerts, 2015; Wonneberger & Kim, 2017). Dan sementara sebagian besar dari kekuatan politik lama itu tetap utuh, dengan agenda media massa yang masih menjadi kunci untuk menggunakan pengaruh politik, ada perasaan di mana ruang publik lain sekarang melanggar manajemen historis media konvensional untuk meningkatkan visibilitas publik. Tidak lagi hanya bermodalkan format yang lama untuk perlu menjadi fokus politisi saat mereka berusaha untuk mempromosikan pesan mereka dan mengontrol gambar mereka. Energi viral dari blogosphere, situs jejaring sosial, dan aplikasi sosial merupakan aliran baru publisitas yang terus-menerus beredar di mana reputasi ditingkatkan dan dihancurkan, pesan diperdebatkan dan dibuang, rumor melayang dan diuji. Kesalahan kesalahan komunikasi politik dapat disiarkan tidak terbatas pada ketidaktampakan relative (akibat media eksklusif) di era sekarang semua hal yang merugikan secara politik dapat dijadikan sebuah content dan diedarkan melalui media online dengan cara yang dapat mengganggu agenda elit dan merusak reputasi politik.

Dampak utama dari revolusi teknologi ini adalah meningkatkan pasokan informasi secara

eksponensial. Saat ini, warga/netizen yang tertarik untuk berkontribusi pada partisipasi politik memiliki akses ke ribuan sumber online mulai dari organisasi berita yang mapan hingga pada laman kandidat itu sendiri dan kemudian dari partai politik hingga blogger individu yang tidak dikenal (*micro buzzer*). Mengingat prospek kelebihan informasi yang akan segera terjadi, bagaimana warga/netizen memilah-milah berbagai sumber berita ini? Hal ini sangat menantang mengingat penggabungan konsumsi informasi dengan preferensi identitas yang menyebabkan banyak demografi (terutama yang lebih muda) mencari informasi politik bersama sehingga mereka menjadi bagian dari pengalaman yang dimediasi itu sendiri (Graber, 2001). Memang, banyak segmen terpenting dari demografi penonton yang lebih muda tidak lagi ditemukan di saluran komunikasi konvensional (misalnya, televisi) sama sekali, karena mereka terserap dalam *new wave political communication* yang menjadi lebih seperti arus dan ombak yang menghantam cara komunikasi politik lama yang cenderung rigid dan lambat.

Pada saat yang sama, munculnya identitas audiens yang lebih refleksif menunjukkan bahwa audiens yang tidak disengaja masuk kedalam pipa komunikasi politik saat ini semakin berkurang oleh sejumlah besar produser konten aktif yang menjelajahi jalan mereka melalui konsumsi media. Bukti empirik yang dapat dilihat adalah jaranganya netizen *accidentally engaged* (kebetulan menyukai) program interte-based tertentu bahkan ketika mereka dapat mengaksesnya. sesuai dengan jadwal pribadi. Kesenjangan pengetahuan ini terutama merupakan cerminan dari tingkat permintaan yang berbeda pada informasi politik. Permintaan akan informasi, pada gilirannya, bergantung pada norma-norma budaya dasar seperti rasa identitas komunitas dan kebanggaan atau kewajiban sipil. Seperti disebutkan di atas, norma-norma ini telah melemah, demikian pula insentif psikologis untuk memperoleh informasi politik. Implikasi utamanya adalah bahwa dalam kondisi ditingkatkan pilihan konsumen, kesenjangan

pengetahuan antara warga yang lebih dan kurang termotivasi melebar. Hal ini yang menyebabkan partai politik benar benar harus menyusun program komunikasi politiknya lebih universal lagi, dikarenakan temuan tadi berhasil menyatukan berbagai background warga/netizen dalam satu waktu. Singkatnya, lingkungan media yang menampilkan banyaknya pilihan konsumen menyiratkan dua hal. Pertama bahwa kita akan menyaksikan peningkatan ketimpangan dalam perolehan informasi politik. Orang-orang lebih dalam ketersediaan sumber daya 'akan lebih mudah untuk mengikuti peristiwa politik dan' yang 'tidak punya' akan merasa lebih mudah untuk mengabaikan diskusi politik sama sekali. Kedua, meningkatnya ketersediaan informasi menyiratkan derajat penting tentang keterpaparan selektif terhadap informasi politik. Di antara lapisan yang memiliki gap pada seberapa besar perhatian akan informasi ini, partisan akan tertarik pada informasi dari sumber yang disukai, sambil mengabaikan sumber atau argumen dari pihak yang berlawanan. Sementara itu, sejumlah besar orang yang lalai akan terus menghindari orang-orang yang mencoba berkomunikasi dengan mereka, meningkatkan biaya komunikasi politik, sekaligus mengurangi efeknya.

Komposisi audiens yang semakin dipilih sendiri memiliki konsekuensi penting bagi partai politik yang mempelajari efek media. Jika hanya mengandalkan survey konvensional, yang mengandalkan pengukuran eksposur berita berdasarkan rating, parpol akan merasa semakin sulit dan terjebak dalam permainan untuk memperlakukan eksposur sebagai penyebab potensial dari keyakinan atau sikap politik pendukung. Mereka yang mengatakan bahwa mereka membaca koran tertentu atau menonton siaran berita di televisi cenderung berbeda secara sistematis dalam menentukan sikap politik mereka, dan analisis berbasis survey tentang psiko-politik akan sangat penting untuk menguraikan efek timbal balik dari paparan media dan sikap atau perilaku politik. Paparan aktual pesan politik di dunia nyata tidak lagi dianalogikan dengan efek random atau acak,

karena apa yang terjadi di dunia nyata perlu digambarkan secara serius di dunia maya. Seperti yang telah diketahui, bahwa berita dan informasi urusan publik dapat dengan mudah dihindari dengan pilihan, yang berarti bahwa eksposur terbatas (netizen dan warga berhak menolak keabsahan informasi politik) pada strata tertentu. Jadi, seperti yang ditunjukkan Hovland (1959), kontrol manipulasi sebenarnya melemahkan kemampuan untuk menggeneralisasi ke dunia nyata di mana eksposur ke politik biasanya bersifat sukarela. Oleh karena itu, penting bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan desain yang menggabungkan manipulasi dengan pemilihan eksposur sendiri.

PSI Jawa Barat adalah katalisator bangkitnya politik anak muda, hal ini juga mendandai dimulainya era disruptif. Pemuda dan pemudi diundang secara inklusif untuk masuk dalam percaturan politik, jika ditelisik lebih dalam maka PSI menjadi gerbong besar perubahan

SIMPULAN

Terlepas dari skenario pers / politik rutin yang masih muncul di halaman depan pers lama, komunikasi politik kontemporer semakin terjadi dalam konteks yang ditentukan oleh perhatian warga yang berkurang, sistem media hybrid, kebangkitan gerakan dan partai yang tidak demokratis, dan jaringan, sering terpolarisasi, arus informasi politik. Kondisi ini menantang pendekatan teoritis di lapangan, serta penyusunan pertanyaan penelitian dan pengembangan metode. Studi ini mengusulkan agar pekerjaan masa depan memperhatikan pedoman berikut, penting untuk menilai kembali secara kritis konsep yang mengasumsikan keberadaan ruang publik demokratis yang koheren dan sistem media. Baik konsep maupun pertanyaan penelitian harus terbuka terhadap cara-cara di mana perkembangan jaringan informasi digital membentuk dan mengganggu wacana dan debat publik. Analisis harus memungkinkan bagaimana ekologi media hybrid ini dimasukkan ke dalam pengambilan

dengan mengkaderisasi kaum muda. Gaya berkomunikasi PSI pun menjadi *blend in* dengan politik 'new wave' ini, sebut saja alih alih menggunakan media konvensional kini mereka bergerilya di dunia digital memanfaatkan pipa pipa komunikasi yang baru lewat *clubhouse app* dan *BIG data analytics* kini mereka dalam. Perubahan ini dinilai menjadi langkah besar dalam upaya untuk menggeser hegemoni parpol lama dan media konvensional. Kemampuan *framing*, *indexing*, dan *agenda-setting* menjadi urgensi yang tidak bisa ditawar. Temuan ini yang menjadi kontribusi utama dari riset ini bahwa manajemen komunikasi politik new wave ini lebih dari sekedar insting untuk menyamakan irama politik dalam tataran pers-media. Kemampuan melihat fenomena, menemukan data dan menyajikannya dalam *channel* yang tepat dilandasi dengan analisis *big data* dapat menentukan sejauh mana parpol muda ini dapat bersaing dalam kontestasi politik.

keputusan di lembaga politik dan pelaporan di pers.

Yang lebih menantang lagi adalah seberapa cocok konsep-konsep itu dengan era globalisasi media, arus komunikasi transnasional, dan jaringan politik kompleks yang diciptakan oleh media digital dan sosial? Sekarang saatnya memikirkan kembali metode politik new wave. Metode pengambilan sampel dan analisis konten konvensional tidak selaras dengan bentuk dan volume "data besar" dalam jaringan informasi hybrid yang berinteraksi dengan rutinitas pers lama dan proses komunikasi konvensional lainnya. Fokus riset ini adalah untuk lebih menyelaraskan studi komunikasi politik dengan kondisi empiris yang berubah. Namun, melihat pentingnya teori normatif yang bertujuan untuk mengungkapkan bagaimana komunikasi dapat membantu membentuk kondisi untuk demokrasi yang lebih dinamis. Tujuan besarnya yakni membawa politik dan demokrasi kembali ke garis depan menjadi urgensi setiap parpol manapun

sangat penting untuk lebih memahami komunikasi di ruang publik yang terfragmentasi, sistem media lama yang lemah, dan demokrasi yang terganggu oleh polarisasi politik.

Apa yang disarankan di riset ini adalah kebutuhan untuk membangun teori. Di beberapa area, hal ini sedang berlangsung secara masif, seperti disebutkan dalam diskusi di atas tentang pekerjaan komunikasi politik melalui aksi kolektif dan pemanfaatan teknologi digital, serta mendorong isu-isu ekonomi jaringan sosial lebih dalam lagi dalam topik ini. Banyak partai politik yang secara praktis akan berpikir untuk menghentikan upaya mengejar metode ilmiah dan memikirkan implikasi demokrasi praktis yang lebih besar dari lingkungan media yang terfragmentasi yang dihuni oleh segmen audiens yang sangat berbeda. Riset ini telah menggambarkan proses pesan populisme politik yang dibuat berdasarkan manajemen kinerja komunikasi politik yang diinisiasi oleh penggerak partai melalui arahan dan bimbingan dari ketua partai. Salah satu temuan berharga adalah melebarnya peran ketua partai yang bukan saja menjaga ideologi semata tetapi juga mampu memberikan coaching kepada para member untuk dapat bergerak signifikan meski terfragmentasi oleh pemilihan media. Hal lain yang perlu diperhatikan dalam riset ini adalah perubahan sikap partai yang terbuka pada cara acara inovatif yakni dengan membuka seluas-luasnya kesempatan untuk berpartisipasi secara politik, *new wave political communication* ini bukan sekedar penggambaran disrupsi komunikasi politik melainkan sebuah cara parpol untuk menggarung ombak perubahan. Perubahan komunikasi ini ditemukan dalam moda imperatif, artinya pergerakan dari cara konvensional ke post-modern way ini menjadi mandatori. Sebagian besar partai elit dan besar masih bermain aman dengan

memanfaatkan cara lama namun pada titik tertentu mereka akan beralih kepada *new wave political communication* ini. Riset ini juga dapat menjadi dasar pemikiran dari riset di masa yang akan datang dengan mempertimbangkan unsur demografis, asal-usul dan ideologi partai non nasionalis.

Riset ini memiliki simpulan yang sederhana namun menjelaskan pertanyaan besar mengapa komunikasi politik dalam partai baru ini menjadi berbeda bahkan dengan wilayah lainnya. Kultur dan arah politik yang progresif-dinamis yang mewarnai PSI menjadi jembatan yang memberikan jalan bagi kader muda untuk berekspresi menyatakan posisi politik yang populis di media. Puzzle berikutnya yang berhasil dilengkapi oleh riset ini adalah bagaimana PSI berhasil mengkaderisasi lewat cara personal coaching yang dilakukan oleh Ketua PSI DPW Jawa Barat Bro Furqan. Riset ini merumuskan bagaimana cara melahirkan manajemen komunikasi politik *new wave* dengan tiga poros penting yakni pertama adalah kultur dan nilai partai sebagai platform dasar pembangunan gaya politik, kedua adalah coaching personal yang dilakukan oleh ketua DPW, dan ketiga kreatifitas dan daya progresif yang dimiliki anak muda akan membuat lebih dari sekedar impresi populis saja, namun juga mengikutsertakan moral-pragmatis. Fungsi-fungsi inilah yang mungkin tidak ditemukan di partai politik lama atau konvensional, maka studi ini mendorong agar riset di masa yang akan datang untuk memeriksa adakah harmonisasi ketiga hal ini pada partai lama, sehingga dapat memastikan bahwa Manajemen Komunikasi politik *New Wave* ini tidak hanya dimiliki oleh parpol muda seperti PSI. Akhirnya kata penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya untuk PSI Jawa Barat karena telah memberikan ruang agar terciptanya studi ini.

DAFTAR PUSTAKA

Azwar, B. (2021). *Kecam Aksi Terorisme, PSI Jabar: Wabah Intoleransi Jangan Dibiarkan Merebak*. Gala Jabar.

<https://galajabar.pikiran-rakyat.com/jabar/pr-1081703968/kecam->

- aksi-terorisme-psi-jabar-wabah-intoleransi-jangan-dibiarkan-merebak
- Baker, F. W. 2009. *Political Campaigns and Political Advertising*. Westport: Greenwood
- Banaji, S., & Cammaerts, B. (2015). Citizens of nowhere land: Youth and news consumption in Europe. *Journalism Studies*, 16(1), 115-132.
- Banda, K. K. (2016). Issue ownership, issue positions, and candidate assessment. *Political Communication*, 33(4), 651-666.
- Bimber, B. (2003). *Information and American democracy: Technology in the evolution of political power*. Cambridge University Press.
- Cangara, Hafied. 2009. *Political Communication; Concepts, Theories, and Strategies*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Converse, P. E., & Apter, D. (1964). Ideology and discontent.
- Dahlgren, P. (2005). The Internet, public spheres, and political communication: Dispersion and deliberation. *Political communication*, 22(2), 147-162.
- Darmofal, D. (2005). Elite cues and citizen disagreement with expert opinion. *Political Research Quarterly*, 58(3), 381-395.
- De Vreese, C. H., Esser, F., Aalberg, T., Reinemann, C., & Stanyer, J. (2018). Populism as an expression of political communication content and style: A new perspective. *The international journal of press/politics*, 23(4), 423-438.
- De Sio, L., & Weber, T. (2020). Issue yield, campaign communication, and electoral performance: a six-country comparative analysis. *West European Politics*, 43(3), 720-745.
- Enli, G. S., & Skogerbø, E. (2013). Personalized campaigns in party-centred politics: Twitter and Facebook as arenas for political communication. *Information, communication & society*, 16(5), 757-774.
- Enli, G. S., & Thumim, N. (2012). Socializing and self-representation online: Exploring Facebook. *Observatorio (OBS*)*, 6(1).
- Forrest, M. D. (2017). Engaging and disrupting power: The public value of political ethnography. *PS, Political Science & Politics*, 50(1), 109.
- Gazali, E., Hidayat, D. N., & Menayang, V. (2009). *Political Communication in Indonesia*. Political communication in Asia, 112.
- Habermas, J., & Benhabib, S. (1996). Three normative models of democracy (pp. 21-30). Cambridge, MA: MIT Press.
- Haddad, R., Mochamad, S., & Hijran, M. (2017). *Model Kepemimpinan Politik Sunda dalam Konteks Pendidikan Politik*.
- Hart, G. (2020). Resurgent nationalisms & populist politics in the neoliberal age.
- Hastie, R., and R. M. Dawes. 2009. *Rational Choice in an Uncertain World*. Thousand Oaks: Sage.
- Hawkins KA, Read M and Pauwels T (2017) Populism and its causes. In: Rovira Kaltwasser C, Taggart PA, Ochoa Espejo Pand Ostiguy P (eds) *The Oxford Handbook of Populism*. Oxford: Oxford, pp. 269–286.
- Indriyani, D. (2020). Peranan Pendidikan Politik Terhadap Pembentukan Kader Parpol Pada Partai Gerindra Di Kabupaten Cianjur. *Jurnal Pendidikan Politik, Hukum Dan Kewarganegaraan*, 9(2).
- Jones, J., & Smith, J. (2017). *Ethnography: challenges and opportunities*.
- Kruikemeier, S., Van Noort, G., Vliegenthart, R., & De Vreese, C. H. (2013). Getting closer: The effects of personalized and interactive online political communication. *European journal of communication*, 28(1), 53-66.
- Kuklinski, J. H., & Hurley, N. L. (1994). On hearing and interpreting political messages: A cautionary tale of citizen cue-taking. *The Journal of Politics*, 56(3), 729-751.
- Lau, R. R., & Redlawsk, D. P. (2006). *How voters decide: Information processing in election campaigns*. Cambridge University Press.
- Lewis, H. S. (1974). *Leaders and followers: Some anthropological perspectives* (No. 50). Reading, MA.: Addison-Wesley.
- Linley, P. A., & Minhas, G. (2011). The strengths of the strengthspotter: Individual characteristics associated with the identification of strengths in others. *International Coaching Psychology Review*, 6(1), 6-14.
- Mudde, C., & Kaltwasser, C. R. (2017). *Populism: A very short introduction*. Oxford University Press.
- Moneter, B. A. H., & Susanto, E. H. (2020). *Strategi Komunikasi Politik Partai Baru*

- (Studi Kasus Perolehan Suara Partai Solidaritas Indonesia di DPRD DKI Jakarta Pada Pemilu 2019). *Koneksi*, 4(1), 43-49.
- Sakti, A. M. S., Al-Hamdi, R., & Kurniawan, B. D. (2020). STRATEGI KAMPANYE PARTAI NASIONALIS: PENGALAMAN PARTAI NASDEM PADA PEMILU 2019. *Jurnal Politik Profetik*, 8(1), 155-185.
- Sparrow, B. H. (2006). A research agenda for an institutional media. *Political Communication*, 23, 145-157.
- Strömbäck, J., (2004), *Den medialiserade demokratin. Om journalistikens ideal, verklighet och makt*, SNS förlag, Stockholm.
- Schudson, M. (2007). Citizens, consumers, and the good society. *The annals of the American academy of political and social science*, 611(1), 236-249.
- Syamsuadi, A., Zamhasari, Z., Hartati, S., & Trisnawati, L. (2020). Pragmatisme Partai Islam: Strategi Politik Terbuka Partai Keadilan Sejahtera dalam Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Riau Tahun 2018. *JISPO Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 10(1), 1-22.
- Tilly, C. (2007). Afterword: Political ethnography as art and science. In *New perspectives in political ethnography* (pp. 247-250). Springer, New York, NY.
- Van Aelst, P., Strömbäck, J., Aalberg, T., Esser, F., De Vreese, C., Matthes, J., ... & Stanyer, J. (2017). Political communication in a high-choice media environment: a challenge for democracy?. *Annals of the International Communication Association*, 41(1), 3-27.
- Van Santen, R., & Van Zoonen, L. (2010). The personal in political television biographies. *Biography*, 46-67.
- Waisbord, S. (2018). The elective affinity between post-truth communication and populist politics. *Communication Research and Practice*, 4(1), 17-34.
- Wonneberger, A., & Kim, S. J. (2017). TV news exposure of young people in changing viewing environments: A longitudinal, cross-national comparison using people-meter data. *International Journal of Communication*, 11, 22.