

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kehadiran partai politik seharusnya mampu menjadi sebuah wadah untuk masyarakat dalam menampung berbagai macam keluhan mengenai pemerintahan. Saat ini Ada beberapa partai politik di Indonesia yaitu partai kebangkitan bangsa (PKB), Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerinda) Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), Partai Golongan Karya (Golkar), Partai Nasional Demokrat (Nasdem), Partai Buruh, Partai Gelombang Rakyat Indonesia (Gelora), Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Partai Kebangkitan Nusantara Partai Hati Nurani Rakyat (Hanura), Partai Garda Perubahan Indonesia (Garuda), Partai Amanat Nasional (PAN), Partai Bulan Bintang (PBB), Partai Demokrat, Partai Solidaritas Indonesia (PSI), Partai Persatuan Indonesia (Perindo), Partai Persatuan Pembangunan (PPP).

Salah satu partai besar adalah partai kebangkitan bangsa (PKB). Partai PKB dibentuk pada tanggal 23 Juli 1998 yang dideklarasikan oleh para kiai-kiai Nahdlatul Ulama, seperti Munasir Ali, Ilyas Ruhiat, Abdurrahman Wahid, Mustofa Bisri, Zuhdi Fatkur dan Muhith Muzadi. Dalam pertemuan pada Mei 1998 membicarakan mengenai situasi terakhir negeri dan perlu adanya perubahan besar untuk menyelamatkan bangsa dari kehancuran. Mereka mengembangkan pernyataan resmi, yang dikirim oleh kyai Muchid Muzadi dari Jember dan Gus Yusuf Muhammad untuk disampaikan kepada Presiden Soeharto. Namun sebelum mereka sempat menyampaikan pernyataan tersebut, Soeharto telah mengundurkan diri pada 21 Mei 1998. PKB dalam sejarah politik Indonesia merupakan partai yang paling dinamis dalam hal sukses penguasaan dan kepemimpinan partai. Saat dibawah kepemimpinan Matori Abdul Djilil selaku

ketua umum pertama PKB, PKB solid hingga mampu mendudukkan Gus Dur selaku deklarator PKB menjadi Presiden RI keempat (<https://id.wikipedia.org/>).

Pada masa kepemimpinan Muhaimin Iskandar pada tahun 2019 Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) menjadi partai yang mencoba untuk memasukan konsep modern sehingga menjadi lebih terbuka terhadap perubahan zaman. Rencana tersebut disampaikan pada Muktamar di Bali pada tahun 2019. Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) berusaha untuk merangkul anak muda agar mau bergabung dengan partai politik. Tentu ini menjadi rencana yang positif untuk partai dalam merancang Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) di masa yang akan datang. Terbukti strategi tersebut berdampak pada perolehan suara Partai di pemilu 2019.

Pada pemilu 2019 Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) berkoalisi dengan beberapa partai yakni PDI Perjuangan (PDIP), Partai Golongan Karya (Golkar), Partai Persatuan Pembangunan (PPP), Partai Hanura, Partai Keadilan Persatuan Indonesia (PKPI), Partai Solidaritas Indonesia (PSI), Partai Persatuan Indonesia (Perindo) dalam mengusung Calon Presiden Ir. Jokowi dan Wakil Presiden Kh. Ma'ruf Amin. Sedangkan diposisi yang berlawanan ada Partai Gerindra, Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Partai Amanat Nasional (PAN), Partai Demokrat, Partai Berkarya yang mengusung calon Presiden Prabowo Subianto dan Wakil Presiden Sandiaga Salahudin Uno. Dengan proses yang begitu ketat dan sengit akhirnya Calon Presiden dan Wakil Presiden No. Urut 1 yaitu Ir. Jokowi dan Kh. Ma'ruf Amin menang dengan perolehan suara 84.654.894 Suara (55.32%). Sementara itu pemilu 2019, Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) mengalami kenaikan memperoleh 13.570.097 suara atau sekitar 9,69% dari total suara sah nasional dan menduduki posisi. Dengan hasil ini, PKB memperoleh 58 kursi di DPR RI (kpu.go.id).

Pada pemilu 2024, Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan dalam perolehan suara dibandingkan pemilu 2019. Berdasarkan hasil rekapitulasi

nasional oleh KPU, PKB berhasil mengumpulkan 16.115.655 suara atau sekitar 10,62% dari total suara sah, Dengan hasil ini, PKB memperoleh 68 kursi di DPR RI (kpu.go.id).

Ditingkat provinsi Jawa Barat Partai PKB menunjukkan peningkatan suara di pemilu Legislatif 2024 dibandingkan pemilu legislatif 2019. Dengan strategi dan pendekatan Masyarakat yang menghasilkan citra politik partai PKB pada tahun 2024 memperoleh 2.850.963 suara yang sah dengan hasil ini PKB memperoleh 15 kursi di DPRD tingkat Jawa Barat. Sedangkan pemilu Legislatif 2019 partai PKB mendapat 1.896.257 suara yang sah dan PKB memperoleh 13 kursi di DPRD tingkat Provinsi Jawa Barat (kpu.go.id).

Keberhasilan yang diraih oleh Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) di tingkat pusat dan provinsi juga berhasil dalam pencapaian di tingkat kota Bandung. Pada pesta demokrasi 2024 pencapaian Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) di tingkat kota Bandung peolehan suara pada pemilu legislatif 2024 menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan dengan memperoleh 98.970 suara dan PKB memperoleh 5 kursi di DPRD tingkat kota Bandung dibandingkan tahun pemilu legislatif 2019 hanya memperoleh 51.957 suara dan PKB memperoleh 2 kursi di DPRD tingkat kota Bandung (kpu.go.id).

Pencapaian yang diperoleh oleh PKB di pemilihan umum (Pemilu) kota Bandung kali ini tentu didapatkan dengan menggunakan suatu strategi *public relations* (PR) untuk mendapatkan citra politik sehingga PKB dapat bersaing dengan partai-partai politik lainnya. Citra seseorang tentang politik menurut (Nimmo, 2000) terjalin melalui pikiran, perasaan, dan kesucian subyektif akan memberi kepuasan baginya, dan memiliki paling sedikit tiga kegunaan. Pertama, memberi pemahaman tentang peristiwa politik tertentu. Kedua, kesukaan atau ketidaksukaan umum kepada citra seseorang tentang politik menyajikan dasar untuk menilai objek politik. Ketiga, citra diri seseorang dalam cara menghubungkan diri dengan orang lain.

Citra politik partai politik merujuk pada bagaimana persepsi publik terhadap suatu partai politik, yang bisa dibentuk melalui berbagai faktor seperti kebijakan, perilaku politisi, serta komunikasi partai dengan masyarakat. Citra politik juga membantu bagi partai politik dalam memberikan alasan yang dapat diterima secara subjektif tentang mengapa segala sesuatu hadir sebagaimana tampaknya tentang referensi politik. Citra politik akan menjadi perhatian penting jika seseorang menganggap bahwa dalam memenuhi kebutuhan fisik, sosial, dan psikologis, hanya dapat diatasi dan dilakukan oleh negara. Orang bertukar citra politik melalui komunikasi politik sebagai cara menyelesaikan konflik dan mencari konsensus dalam upaya manusia dan masyarakat memenuhi kebutuhan-kebutuhan dasarnya.

Pembentukan citra diri politik para politikus atau partai politik sangat diperlukan melalui komunikasi politik dalam usaha menciptakan stabilitas sosial dan upaya memenuhi tuntutan rakyat. Para politikus dan partai politik harus berusaha menciptakan dan mempertahankan tindakan politik yang membangkitkan citra yang memuaskan, supaya dukungan opini publik dapat diperoleh dari rakyat.

Adanya persaingan antarpolitical dan adanya kebebasan memilih bagi publik tersebut, mengharuskan partai politik aktif melakukan menyusun strategi atau kebijakan untuk membentuk citra. Partai politik biasanya membentuk sebuah *public relation* (PR) untuk memudahkan membentuk citra politik terhadap masyarakat. *Public relation* (PR) merupakan aktivitas yang dibutuhkan oleh seluruh organisasi, baik komersial maupun nonkomersial. *Public relation* (PR) juga sangat dibutuhkan perannya dalam manajemen politik. Dalam persaingan antarpolitical politik yang saling bersaing pada demokrasi 2024 saat pemilu legislatif, pemilu presiden dan wakil presiden berbagai konflik pemilu jika tidak mendapatkan saluran yang baik dan benar bisa menimbulkan dampak. Dampak yang akan terjadi hilangnya citra partai terhadap masyarakat.

Partai politik merupakan kendaraan untuk mencapai sebuah kekuasaan. Dalam partai politik Public Relations sangat dibutuhkan untuk mendapatkan dukungan baik secara internal maupun eksternal. Dukungan merupakan hal yang sangat di inginkan untuk mencapai sebuah tujuan yaitu kekuasaan, jika dukungan tidak diperoleh maka kekuasaan pun tidak akan di dapatkan. Untuk saling memahami dalam membentuk citra sebuah organisasi dibutuhkan kerja cerdas dari berbagai partai politik salah satunya adalah memiliki strategi *public relation* (PR) politik sehingga partai memperoleh simpati, citra positif dari masyarakat luas. *Public relation* (PR) politik sangat penting dalam empat hal. Pertama untuk mengembangkan hubungan baik dengan kawan maupun lawan politik. Organisasi yang memiliki strategi *public relation* (PR) yang baik akan mampu menjaga ritme positif meskipun trend dinamika politik terus berubah setiap saat.

Kedua *public relation* (PR) politik diperlukan dalam manajemen konflik. Dalam politik konflik selalu hadir dalam berbagai skala, mulai dari konflik skala kecil hingga besar, atau konflik yang melibatkan sedikit orang hingga yang sifatnya publik. Konflik bisa berujung positif atau negatif. Konflik dapat berpengaruh pada pencapaian tujuan utama organisasi. Agar konflik dapat terkendali dengan baik diperlukan strategi *public relation* (PR) politik. Ketiga, *public relation* (PR) politik penting untuk menjaga citra diri organisasi atau institusi. Dalam politik, citra kerap kali menjadi salah satu bagian yang sering ditonjolkan. Citra itu tentunya terkait dengan pandangan pihak luar terhadap diri kandidat atau sebuah institusi. Saat citra hendak dibangun atau dipertahankan, saat itu juga *public relation* (PR) politik memiliki peranan yang signifikan.

Keempat, *public relation* (PR) politik diperlukan untuk memenangi rivalitas politik. Misalnya, dalam konteks Pemilu, proses pemasaran politik (*marketing of politics*) tidak cukup hanya mengandalkan iklan politik, debat, kampanye terbuka, dan lain-lain, tetapi juga perlu proses lobi dan negosiasi ke simpul-simpul suara melalui berbagai pertemuan *face to face* informal dan

pemanfaatan hubungan interpersonal dengan sejumlah orang atau lembaga yang memiliki pengaruh.

Bagaimana PKB kota Bandung membangun citra pada masyarakat kota Bandung, citra seperti apa yang diharapkan dan upaya apa saja yang dilakukan untuk membentuk citra PKB kota Bandung pada masyarakat kota Bandung pada pemilu 2024 menjadi hal yang menarik bagi peneliti. Maka dari itu peneliti tertarik mengkaji lebih lanjut dan menyusun skripsi dengan judul **“Strategi *Public Relation* DPC Partai Kebangkitan Bangsa Kota Bandung Dalam Membentuk Citra Positif Masyarakat Pada Pemilu Tahun 2024”**.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah penelitian yang telah dirumuskan pada penelitian ini mengenai **“Strategi *Public Relation* DPC Partai Kebangkitan Bangsa Kota Bandung Dalam Membentuk Citra Positif Masyarakat Pada Pemilu Tahun 2024”**.

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Bagaimana **“Strategi *Public Relation* DPC Partai Kebangkitan Bangsa Kota Bandung Dalam Membentuk Citra Positif Masyarakat Pada Pemilu Tahun 2024”**?

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

1. Bagaimana **Media** yang digunakan *public relation* DPC partai kebangkitan bangsa kota Bandung dalam membentuk citra positif masyarakat pada pemilu tahun 2024?
2. Bagaimana **Pengelolaan Citra** yang dilakukan *public relation* DPC partai kebangkitan bangsa kota Bandung pada pemilu tahun 2024?
3. Bagaimana **Komunikasi Internal Organisasi** yang dibentuk *public relation* DPC partai kebangkitan bangsa kota Bandung dalam membentuk citra positif masyarakat pada pemilu tahun 2024?

4. Bagaimana **Pengelolaan Informasi** yang dilakukan *public relation* DPC partai kebangkitan bangsa kota Bandung dalam membentuk citra positif masyarakat pada pemilu tahun 2024?

1.3 Maksud dan Tujuan

1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui dan menjelaskan secara mendalam mengenai “Strategi *Public Relation* DPC Partai Kebangkitan Bangsa Kota Bandung Dalam Membentuk Citra Positif Masyarakat Pada Pemilu Tahun 2024”.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan media yang digunakan *public relation* DPC partai kebangkitan bangsa kota Bandung dalam membentuk citra positif masyarakat pada pemilu tahun 2024.
2. Untuk mendeskripsikan pengelolaan citra yang dilakukan *public relation* DPC partai kebangkitan bangsa kota bandung pada pemilu tahun 2024.
3. Untuk mendeskripsikan komunikasi internal organisasi yang dibentuk *public relation* DPC partai kebangkitan bangsa kota Bandung dalam membentuk citra positif masyarakat pada pemilu tahun 2024.
4. Untuk mendeskripsikan pengelolaan informasi yang dilakukan *public relation* DPC partai kebangkitan bangsa kota Bandung dalam membentuk citra positif masyarakat pada pemilu tahun 2024.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian ini berguna untuk pengembangan Ilmu Komunikasi secara umum, selain itu untuk mengetahui strategi *public relation* DPC partai kebangkitan bangsa kota Bandung dalam membentuk citra positif terhadap masyarakat pada pemilu 2024.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini dilakukan dengan harapan memiliki kegunaan untuk semua pihak. Kegunaan praktis yang telah peneliti rumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

A. Kegunaan Bagi peneliti

Hasil penelitian ini dijadikan sebagai sebuah pengalaman dan dapat memberikan kontribusi dalam menambah wawasan serta mengaplikasi ilmu komunikasi, khususnya tentang strategi *public relation* partai kebangkitan bangsa kota Bandung dalam membentuk citra positif terhadap masyarakat pada pemilu tahun 2024.

B. Kegunaan Bagi Partai Kebangkitan Bangsa (PKB)

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan agar partai kebangkitan bangsa selalu membentuk citra positif terhadap Masyarakat dan menjadi partai yang selalu menjadi partai yang menjembatani aspirasi Masyarakat.

C. Kegunaan Bagi Akademik

Untuk mahasiswa Unikom secara umum dan mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi secara khusus, penelitian ini dapat dijadikan sebagai literatur bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang sama.

D. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat membuat masyarakat Kota Bandung memahami pentingnya mengetahui perihal strategi *public relation* politik yang dilakukan oleh setiap partai politik khususnya Partai Kebangkitan Bangsa.