

# KOMUNIKASI POLITIK PARTAI KEBANGKITAN BANGSA (PKB) SULAWESI SELATAN DALAM MENGHADAPI PEMILIH MILENIAL PADA PEMILU 2024

M Nasrun Nur<sup>1</sup>, Syamsu Rizal<sup>2</sup>, Muh Akbar<sup>3</sup>

Universitas Fajar<sup>1,2,3</sup>

Email: nasrunur@gmail.com

## Abstract

The aim of this research is to determine the political communication of the South Sulawesi National Awakening Party (PKB) in facing millennial voters in the 2024 election. The research method uses a qualitative descriptive approach. Data collection techniques using observation, interviews and documentation studies. Data analysis techniques using data reduction, data display and drawing conclusions. Data validity techniques using triangulation. The research results show the use of political communication by PKB South Sulawesi to win the hearts of Millennial Voters in the 2024 Election, including using various social media platforms, raising relevant issues, and developing appropriate communication according to the preferences and characteristics of millennial voters so that they understand PKB's vision and mission. South Sulawesi and legislative candidates from the PKB party.

**Keywords:** PKB, Political Communication, Millennials

## Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui komunikasi politik partai kebangkitan bangsa (PKB) Sulawesi Selatan dalam menghadapi pemilih milenial pada pemilu 2024. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan Observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Teknik analisis data dengan reduksi data, display data dan penarikan kesimpulan. Teknik keabsahan data dengan triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan pemanfaatan komunikasi politik oleh PKB Sulsel untuk merebut hati Pemilih Milenial dalam Pemilu 2024 di antaranya, menggunakan berbagai platform media sosial, mengangkat isu-isu yang relevan, dan mengembangkan komunikasi yang tepat sesuai preferensi dan karakteristik pemilih milenial sehingga mereka memahami visi misi PKB Sulsel dan para calon legislatif dari partai PKB.

**Kata kunci:** PKB, Komunikasi Politik, Milenial

## PENDAHULUAN

PKB adalah salah satu partai politik yang lahir pasca reformasi tahun 1998, tepatnya berdiri pada 23 Juli 1998 dengan jargon politik "rahmatan lilalamin" atau menjadi rahmat bagi seluruh alam semesta. Setelah mengikuti lima kali pemilihan umum (pemilu) legislatif yakni Pemilu tahun 1999, 2004, 2009, 2014 dan Pemilu 2019 maka partai ini menghadapi sejumlah tantangan untuk bisa terus eksis dan memimpin di legislatif DPRD Provinsi Sulawesi Selatan. Terutama pada Pemilu 2024 mendatang, di antaranya karena partai kini menghadapi pemilih yang mayoritas dari kalangan milenial saat ini, yang lebih banyak memanfaatkan media sosial dalam berkomunikasi. Mereka lebih melek pada teknologi. Hasil

itu juga sejalan dengan pola komunikasi yang dibangun sejak era kepemimpinan Ketua Dewan Pimpinan Wilayah (DPW) PKB Sulsel saat ini, H. Azhar Arsyad yang sudah menjabat Ketua DPW PKB Sulsel sejak tahun 2013. Ia mengarahkan seluruh potensi partai mendekati pemilih milenial, melakukan pendekatan interpersonal, menggaet mereka dalam kepengurusan maupun sebagai caleg, hingga memanfaatkan sejumlah platform media sosial guna mengenalkan visi misi partai ke masyarakat. H. Azhar Arsyad juga tidak menjadikan PKB eksklusif bagi ormas tertentu yakni Nahdlatul Ulama (NU), tetapi dibuka kepada semua kelompok masyarakat.

**Tabel 1.1 Perolehan kursi PKB Sulsel**

Perolehan Kursi	DPRD Kab/Kota	DPRD Prov Sulsel	DPR RI
Pemilu 2009	12	1	0
Pemilu 2014	36	3	0
Pemilu 2019	<b>51</b>	<b>8</b>	<b>2</b>

Dari Tabel 1.1 di atas menunjukkan perolehan kursi PKB Sulsel terus meningkat. Salah satu penyebabnya karena pengurusnya berhasil meredam konflik internal yang semula terus terjadi diawal berdirinya PKB di Sulawesi Selatan. Ketua DPW PKB Sulsel, H. Azhar Arsyad juga melakukan komunikasi politik yang efektif dengan jajaran pengurusnya, yang efektif diteruskan pada masyarakat dengan memanfaatkan sejumlah platform komunikasi seperti media massa, media sosial, baliho, poster dan lainnya dalam mengenalkan slogan dan visi misi. Partai PKB Sulsel juga mengakomodasi sosok yang dikenal sebagai pekerja sosial, politikus dan tokoh Muhammadiyah, Syamsu Rizal menjadi Ketua Lembaga Pemenangan Pemilu (LPP) PKB Sulsel, salah satu jabatan sentral di partai lalu kemudian dipercaya menjadi caleg DPR RI dari Dapil Sulsel I (Makassar, Gowa, Takalar, Jeneponto, Bantaeng dan Selayar). Syamsu Rizal juga aktif di media sosial terutama IG dan TikTok. Ia memiliki *follower* mencapai 69,7 ribuan pada akun IG @deng.ical yang bercentang biru. Akun TikTok-nya, @dengical juga aktif mensosialisasikan kegiatan partai dan sosialisasinya dengan jumlah pengikut 2.526 dan *di-like* 8.595 pengguna TikTok. Pengalaman Syamsu Rizal sebagai mantan Anggota DPRD Makassar dan mengikuti dua kali kontestasi kepala daerah di Makassar, menjadi magnet tersendiri bagi PKB menjadkannya pengurus teras partai. Sosok ini juga dikenal humble pada segala lapisan masyarakat saat menjabat Anggota DPRD Makassar dan Wakil Wali Kota Makassar, serta saat ini masih memimpin PMI Kota Makassar. Dibutuhkan komunikasi politik yang tepat, dan efektif, yang harus dilakukan PKB Sulsel, juga

para calegnya untuk bisa memenangkan Pemilu 2024 dibawah kendali Ketua DPW PKB Sulsel, H. Azhar Arsyad. Yakni bagaimana bisa merebut suara dari kalangan pemilih milenial yang mendominasi pemilih di Sulsel.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen), dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan). Analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisas (Sugiyono, 2016).

Peneliti melakukan pengamatan berperan serta (participant-observation), yaitu upaya Peneliti untuk mengumpulkan data dengan cara menjadi bagian atau terasosiasi dengan subjek penelitian (Sugiyono, 2016). Peneliti mendapatkan 3 (tiga) sumber data melalui wawancara yang dilakukan kemudian merupakan kombinasi antara wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Penelitian sebagian besar dilakukan di Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan. Hal tersebut karena subjek penelitian berdomisili dan melakukan aktivitas komunikasi politik dan berkantor di Kota Makassar, Sulsel.

Pada penelitian ini, Peneliti juga menggunakan teknik wawancara dan analisis dokumen literatur terkait Partai Kebangkitan Bangsa (PKB). Teknik analisis data yang dilakukan oleh peneliti yaitu proses reduksi data dengan melakukan proses pemilihan terhadap data-data yang terkumpul dan memusatkan perhatian pada penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data kasar, proses penyajian data melalui penyusunan data yang memungkinkan penarikan kesimpulan dan pengambilan Tindakan, serta penarikan kesimpulan itu sendiri.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini peneliti mendeskripsikan secara singkat data penelitian. Oleh karena itu, data penelitian telah ditentukan dengan menggunakan unsur-unsur komunikasi politik menurut Dan Nimmo. Hal tersebut memberikan konteks pada peneliti dan pembaca tentang apa yang akan dianalisis. Komunikasi Politik merupakan tindakan yang terjadi di wilayah politik dengan segala konsekuensinya regulasi, konflik, dan sebagainya. Dan Nimmo meminjam konsep komunikasi Laswell (pakar politik, 1948) "**WHO, SAYS WHAT, IN WHICH CHANNEL, TO WHOM, WITH WHAT EFFECT**" sebagai cara yang tepat untuk menggambarkan tindakan komunikasi, dengan catatan ia memodifikasi formula tersebut dari linier menjadi sirkulasi (*to whom* menjadi *with whom*). Pada penelitian ini, unsur "**who**" dalam pandangan Dan Nimmo *Who* dapat diartikan sebagai sumber atau komunikator. Data ini merupakan bagian sumber komunikator yang melakukan komunikasi politik. Salah satu contoh data yang didapat yaitu **Azhar Arsyad** adalah pihak yang memulai suatu komunikasi, sebagai Ketua Dewan Pimpinan Wilayah (DPW) Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), mengakui signifikansi peran milenial dalam Pemilu 2024. Baik dari sisi komposisi kepengurusan partai, maupun caleg harus memperhatikan segmen usia ini.

Unsur "**Says what**" dalam pandangan Dan Nimmo dipahami sebagai apa yang akan disampaikan atau dikomunikasikan kepada komunikan (penerima), dari komunikator (sumber) atau isi informasi. Salah satu contoh data yang didapat yaitu Pesan-pesan ini yang kerap disampaikan Rijal Djamil kepada masyarakat untuk mengenalkan PKB Sulawesi Selatan dan dirinya sebagai Caleg DPRD Provinsi Sulawesi Selatan Dapil Gowa - Takalar. antaranya soal pemenuhan lapangan pekerjaan, pemberdayaan UMKM bagi anak muda hingga dukungan anggaran dari pemerintah provinsi melalui APBD Sulawesi Selatan.

Unsur "**In which channel**" dalam pandangan Dan Nimmo adalah saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator (sumber), kepada komunikan (penerima) baik secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung (melalui media cetak/elektronik. Salah satu contoh data yang didapat yaitu PKB atau Partai Kebangkitan Bangsa Sulawesi Selatan, tampaknya telah mengambil langkah strategis dengan merekrut tim baru untuk **media sosial** mereka. Keputusan ini menunjukkan kesadaran akan pentingnya **media sosial** dalam memengaruhi opini publik dan memperluas jangkauan pesan politik.

Unsur "**To whom**" dalam pandangan Dan Nimmo merupakan penerima pesan baik individu, kelompok, organisasi atau suatu negara yang menerima pesan dari sumber. Salah satu contoh data yang didapat yaitu penerima pesan komunikasi politik ini ialah **kaum milenial dan Gen Z**. Fokus komunikasi politik yang ditujukan kepada kaum milenial dan Gen Z sebagai mayoritas penduduk saat ini, PKB memiliki peluang besar untuk memperoleh dukungan yang kuat dari segmen ini dengan penunjukan sosok muda sebagai calon anggota legislatif (caleg) DPRD Provinsi Sulawesi Selatan dari Dapil Sulsel 3 yang meliputi Kabupaten Gowa dan Kabupaten Takalar.

Unsur "**With What Effect**" dalam pandangan Dan Nimmo ialah efek efak terjadi pada komunikan (penerima) setelah menerima pesan dari komunikator, misalnya perubahan sikap, tingkah laku atau bertambahnya pengetahuan dari pemilih milenial yang disasar. Salah satu contoh data yang didapat yaitu pernyataan tentang efek yang ditimbulkan oleh komunikasi politik yang dilakukan oleh ketua DPW PKB Sulsel. Komunikasi politik Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) telah menghasilkan beberapa dampak yang signifikan melalui komunikasi politik yang efektif di platform media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram, PKB telah berhasil meningkatkan basis pengikut. Mencerminkan upaya partai untuk memperluas jangkauan dan

mendapatkan dukungan di antara pemilih yang aktif secara online.

Berdasarkan data hasil wawancara yang didapatkan oleh peneliti, maka peneliti dapat menganalisis pemanfaatan komunikasi politik oleh PKB Sulsel untuk merebut hati para pemilih milenial dalam pemilu 2024. Salah satu contoh data yang didapat yaitu pemanfaatan komunikasi politik dengan pemahaman sasaran audiens, khususnya pemilih milenial, merupakan langkah penting dalam merancang strategi kampanye yang efektif. Studi mendalam tentang nilai, kekhawatiran, dan aspirasi pemilih milenial. Melakukan survei, wawancara, atau fokus grup dengan pemilih milenial untuk memahami nilai-nilai, kekhawatiran, dan aspirasi mereka secara mendalam.

Menyampaikan informasi secara jujur dan transparan tentang program-program, rencana kebijakan, dan sumber pendanaan. Pemilih milenial cenderung menghargai keterbukaan dan integritas dari calon-calon politik. Dengan memperhatikan preferensi dan kebutuhan pemilih milenial, partai politik dan calon-calon politik dapat meningkatkan peluang mereka untuk "menggaet" dukungan dari generasi milenial dalam pemilu 2024. Efek yang ditimbulkan oleh pertumbuhan basis pengikut di media sosial dan respons positif dari pihak pengamat politik dapat menjadi indikasi keberhasilan strategi komunikasi PKB dalam mencapai tujuannya dalam pemilu 2024. Peningkatan jumlah pengikut di platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube menunjukkan bahwa pesan-pesan PKB Sulawesi Selatan berhasil menarik minat dan perhatian pemilih, termasuk kaum milenial dan perempuan di Sulawesi Selatan.

Apresiasi dan dukungan dari pihak pengamat politik terhadap strategi komunikasi PKB dapat menguatkan citra dan reputasi partai tersebut di mata publik. Respons positif dari pengamat politik juga dapat menunjukkan bahwa pesan-pesan PKB dianggap relevan, persuasif, dan efektif dalam mempengaruhi opini publik dan mendapatkan dukungan. Pemanfaatan komunikasi politik secara efektif, PKB dapat mencapai tujuan-tujuan

kampanye mereka dalam pemilu 2024, termasuk pertumbuhan basis pengikut di media sosial dan mendapatkan respons positif dari pihak pengamat politik.

## KESIMPULAN

Menggunakan model Dan Nimmo, mencakup lima unsur yaitu *Who, Says What, In Which Channel, to Whom, dan With What Effect*, menunjukkan sejumlah pola komunikasi politik yang dilakukan jajaran pengurus dan caleg PKB Sulsel. Yakni pola komunikasi dengan memanfaatkan berbagai platform yang ada seperti baliho, spanduk, pemberitaan di media massa dan terutama media sosial (*in which channel*). Paling penting karena upaya mendekati pemilih dari kalangan milenial yang disasar (*to whom*) ini, dilakukan dengan cara persuasif dan kemampuan (*skill*) interpersonal masing-masing caleg dan pengurus partai yang sangat baik, di antaranya karena menggunakan pendekatan kearifan lokal sehingga bisa diterima masyarakat setempat.

Pemanfaatan Komunikasi Politik oleh PKB Sulawesi Selatan dalam penelitian ini, yang mana waktunya nyaris bersamaan dengan masa-masa sosialisasi para caleg jelang Pemilu 2024 yang mulai intens sejak bulan Oktober 2023 hingga awal Februari 2024, menunjukkan respons yang sangat positif. Terdapat hubungan yang relevan antara pemilihan pola Komunikasi Politik yang dilakukan PKB Sulsel, dengan respons yang diterima kalangan milenial. memberi pemahaman tentang nilai (*says what*), penyampaian aspirasi secara terbuka, juga memanfaatkan platform media sosial, dan mengangkat isu-isu yang relevan, serta mengembangkan pola komunikasi yang tepat untuk menyampaikan pesan politik kepada pemilih milenial tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

Aji, M. P., & Jerry, I. (2020). *Hambatan dan Tantangan Partai Politik : Persiapan Menuju Pemilihan Umum 2024*. Jakarta: Universitas Pembangunan Nasional (UPN) Veteran Jakarta.

- Alfian, M. A. (2009). *Menjadi Pemimpin Politik*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Arrianie, L. (2010). *Komunikasi Politik: Politisasi dan Pencitraan di Panggung Politik*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Arrianie, L. (2018). *Komunikasi Politik: Politisi dan Pencitraan di Panggung Politik*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Arrianie, L. (2020). *Teori, Model, Perspektif, dan Media Komunikasi Politik*. Bandung. Kompas Penerbit Buku.
- Anwar, S. (2013). Eksistensi Partai Kebangkitan Bangsa dalam Komunitas Nahdlatul Ulama di Kabupaten Madiun. Tesis. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Desvian, B. (2019). *Pemilu dan Tantangan Era Milenial*. Jurnal Demokrasi: Kesbangpol DKI Jakarta.
- Femelia, Y. (2017). *Meningkatkan Kualitas Berpolitik (Study pada DPC Partai Kebangkitan Bangsa Kota Bandar Lampung*. Tesis. Bandar Lampung: UNRI.
- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif, Edisi Kedua*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Jamil, F. (2016). *Strategi Komunikasi Politik Pilkada Gowa 2015. Studi Kasus Kemenangan Adnan Purichta Ichsan Yasin Limpo S.H dan H. Abdul Rauf Malaganni, S.Sos., M.Si*. Skripsi. Makassar: UIN Alauddin.
- Kartono., & Kartini. (2010). *Pemimpin dan Kepemimpinan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kulsum, U. (2013). *Dinamika Politik PKB (Studi tentang konflik internal 1999-2004)*. Skripsi. Jember: Universitas Jember.
- Lemon., & Andrew, Y. (2018). *Reputational Concerns in Political Agency Models*. Disertasi. Connecticut: Yale University.
- McNair, B. (2003). *An Introduction to Political Communication, 3<sup>rd</sup> ed*. London: Routledge.
- Medlin., & Allison, K. (2008). *Bargain Theater: A Dramaturgical Analysis of a Flea Market*. Tesis. Auburn: Auburn University.
- Mulyana, D. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nimmo, D. (1989). *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan dan Media (saduran dari Political Communication and Public Opinion in America)*. Bandung: Penerbit Remadja Karya.
- Nimmo, D. (2006). *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*. Bandung: Rosdakarya.
- Nurfadila. (2023). *Strategi Komunikasi Politik Pasangan AIM-Natsir Rahmat Dengan Jargon "Polman Jago"*. Tesis. Makassar: Universitas Fajar.
- Rivani, F. (2013). *Komunikasi Politik Sosiokultural Studi Dinamika Politik PKB Pada Pemilu 2009*. Tesis. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Rusmarina, D., Nevy., & Ahmad, S. (2020). *Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) dalam Menjawab Tantangan Multikultural di Indonesia: Studi Kasus Papua*. Jurnal. Kudus: IAIN Kudus.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zuhro, R., & Siti. (2009). *Peran Aktor Dalam Demokratisasi*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.