



Strategi Komunikasi Politik Partai Dalam Meningkatkan Antusiasme Calon Pemilih dan Tokoh Islam Menjelang Pilpres 2024 (Studi Kasus DPD PDI Perjuangan D.I.Y.)

Yusuf Septian Nur Effendy

^a IAIN Sorong, Papua Barat Daya, Indonesia

¹ yusufseptian111@gmail.com

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel

Diterima: [2025-11-15]

Direvisi: [2025-12-23]

Disetujui: [2025-12-01]

Keywords

political communication

Islamic figures

PDI Perjuangan

ABSTRACT

This study explores the political communication strategies implemented by the Regional Leadership Council (DPD) of the Indonesian Democratic Party of Struggle (PDI Perjuangan) in the Special Region of Yogyakarta (DIY) in mobilizing political enthusiasm among potential Muslim voters and Islamic leaders ahead of the 2024 Presidential Election. Using a qualitative descriptive approach with a case study design, data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation involving party officials and Islamic figures. The findings reveal that the PDI Perjuangan DIY adopts a religious cultural communication strategy that integrates inclusive nationalism with local Islamic values. This approach is realized through religious activities, dialogical engagement with pesantren, and symbolic representation of tolerance in public communication. The use of Islamic leaders as moral and social opinion leaders strengthens the party's credibility in Muslim communities. The study concludes that a hybrid political communication model linking ideological flexibility, religious accommodation, and media adaptation proves effective in sustaining political legitimacy in the dynamic political landscape of Yogyakarta.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

1. Pendahuluan



Dalam konteks demokrasi modern, partai politik berperan tidak hanya sebagai wahana perebutan kekuasaan, tetapi juga sebagai agen komunikasi sosial-politik yang menghubungkan kepentingan negara dan masyarakat. Di Indonesia, dinamika politik menjelang pemilihan presiden menjadi momen penting bagi partai untuk meneguhkan basis dukungan.

PDI Perjuangan, sebagai partai yang berideologi nasionalis, menghadapi tantangan komunikasi yang kompleks, terutama di wilayah dengan karakter religius yang kuat seperti Daerah Istimewa Yogyakarta (D.I.Y.). Dengan basis pemilih Muslim yang dominan, partai ini dituntut membangun strategi komunikasi yang tidak hanya politis tetapi juga sensitif terhadap nilai-nilai keagamaan.

Fenomena menarik muncul ketika PDI Perjuangan, yang sering diasosiasikan dengan sekularisme politik, mampu meraih simpati di kalangan tokoh dan pemilih Islam. Kondisi ini menandai adanya pergeseran pola komunikasi politik yang lebih adaptif dan inklusif. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus untuk mengkaji bagaimana strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh DPD PDI Perjuangan D.I.Y. mampu meningkatkan antusiasme calon pemilih dan tokoh Islam menjelang Pilpres 2024.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan **pendekatan kualitatif deskriptif** dengan **desain studi kasus**. Lokasi penelitian berada di DPD PDI Perjuangan D.I.Y., Jalan Tentara Rakyat Mataram No. 47, Yogyakarta. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan enam informan kunci yang terdiri dari unsur struktural partai dan tokoh Islam, observasi lapangan terhadap aktivitas politik dan sosial keagamaan, serta dokumentasi berupa arsip dan publikasi media.

Analisis data dilakukan secara **interaktif** melalui tiga tahap utama: (1) reduksi data, (2) penyajian data, dan (3) penarikan kesimpulan. Validitas data diperkuat dengan **triangulasi sumber dan teknik**, guna memastikan konsistensi temuan antara wawancara, observasi, dan dokumentasi.

3. Hasil

a) Pendekatan Kultural dan Religius

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PDI Perjuangan D.I.Y. memanfaatkan strategi komunikasi berbasis budaya dan keagamaan dalam membangun kedekatan dengan masyarakat Muslim. Melalui organisasi sayap *Baitul Muslimin Indonesia (Bamusi)*, partai menggelar kegiatan seperti santunan anak yatim, dialog kebangsaan di pesantren, dan partisipasi dalam acara keagamaan lokal.

Pendekatan ini bukan semata-mata bentuk simbolik, melainkan strategi yang dirancang untuk membangun persepsi kesamaan nilai antara nasionalisme dan Islam. Melalui penggunaan narasi "*Islam Rahmatan lil 'Alamin*" dan "*Nasionalisme Kemanusiaan*", PDI Perjuangan mencoba meneguhkan pesan bahwa religiusitas dan nasionalisme dapat bersinergi dalam satu ruang politik yang harmonis.

b) Peran Tokoh Islam sebagai Opinion Leader

Tokoh agama memainkan peranan sentral dalam menentukan opini politik masyarakat di D.I.Y. Dalam penelitian ini, tokoh-tokoh seperti KH. Masyhuri (Ketua Bamusi D.I.Y.) dan Ahmad Zainal Abidin (pengasuh Pondok Nurul Ummah) menjadi jembatan antara partai dan komunitas Muslim.

Strategi komunikasi yang digunakan menekankan *ethos* (kredibilitas), *pathos* (emosi), dan *logos* (rasionalitas) sebagaimana dikemukakan Aristoteles dalam teori retorika klasik. Tokoh agama menjadi simbol moralitas dan kepercayaan publik, sehingga pesan politik yang mereka sampaikan lebih mudah diterima.

Keberadaan mereka mampu mengurangi resistensi ideologis terhadap partai yang selama ini diasosiasikan dengan nasionalisme sekuler.

c) Penguatan Citra Nasionalisme Inklusif

Citra nasionalisme yang inklusif merupakan pesan kunci dalam strategi komunikasi PDI Perjuangan. DPD D.I.Y. menekankan bahwa nasionalisme bukan antitesis dari Islam, melainkan ruang kolaboratif bagi seluruh elemen bangsa. Melalui berbagai forum kebangsaan, partai membangun narasi bahwa Islam adalah bagian integral dari semangat kebangsaan Indonesia.

Retorika politik partai mengadopsi pendekatan semiotik, di mana simbol-simbol kebangsaan seperti warna merah-putih, lambang banteng, dan kutipan Bung Karno dikontekstualisasikan dalam nilai keagamaan seperti *ukhuwah wathaniyah* (persaudaraan kebangsaan). Strategi ini memperkuat resonansi emosional dan ideologis di kalangan pemilih Muslim.

d) Strategi Media dan Komunikasi Digital

DPD PDI Perjuangan D.I.Y. juga memanfaatkan media sosial sebagai saluran komunikasi politik yang efektif. Melalui platform seperti Instagram dan YouTube, partai menampilkan kegiatan sosial, pesan kebangsaan, dan dialog tokoh-tokoh Islam. Narasi yang diangkat menekankan nilai kemanusiaan dan kebersamaan, bukan sekadar kampanye elektoral.

Media sosial menjadi arena dialog publik baru yang memungkinkan interaksi dua arah antara kader partai dan masyarakat. Hal ini mencerminkan pergeseran paradigma dari komunikasi politik top-down menuju komunikasi horizontal yang partisipatif.

4. Pembahasan

a) Strategi Komunikasi Politik sebagai Alat Integrasi Sosial

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa strategi komunikasi PDI Perjuangan D.I.Y. tidak hanya berfungsi untuk kampanye politik, tetapi juga sebagai instrumen integrasi sosial. Dalam konteks masyarakat Yogyakarta yang plural dan religius, strategi ini berperan menciptakan ruang dialog antara ideologi nasionalisme dan nilai Islam. Temuan ini sejalan dengan teori komunikasi politik Hafied Cangara yang menyebutkan bahwa komunikasi politik idealnya menciptakan kesetaraan makna antara komunikator dan komunikan. PDI Perjuangan D.I.Y. berhasil mengimplementasikan model ini dengan menempatkan tokoh agama sebagai mediator nilai.

b) Model Komunikasi Dua Arah dan Penguatan Trust

Pendekatan komunikasi dua arah (*two-way symmetrical communication*) sebagaimana dijelaskan oleh James Grunig terlihat nyata dalam praktik komunikasi PDI Perjuangan D.I.Y. Partai tidak hanya menyampaikan pesan politik, tetapi juga membuka ruang partisipatif bagi masyarakat untuk menyampaikan aspirasi. Hal ini membangun *trust* politik yang bersifat jangka panjang. Rasa percaya publik tumbuh karena komunikasi dilakukan dalam bingkai religius dan kultural, bukan sekadar pragmatis. Tokoh agama dalam hal ini berfungsi sebagai *gatekeeper* yang memvalidasi pesan politik sebelum diterima masyarakat.

c) Keterpaduan Nilai Agama dan Nasionalisme

Dari hasil wawancara dan observasi, peneliti menemukan bahwa keberhasilan strategi komunikasi politik PDI Perjuangan D.I.Y. didasarkan pada kemampuan partai menyatukan nilai-nilai agama dan nasionalisme dalam satu narasi. Penggunaan simbol-simbol religius di ruang publik politik tidak dipandang sebagai bentuk manipulasi, tetapi sebagai strategi adaptif terhadap realitas sosial. Pendekatan ini memperkuat teori *Cultural Resonance* dari Snow dan Benford (1988), yang menjelaskan bahwa pesan politik akan efektif jika sesuai

dengan kerangka nilai budaya masyarakat penerima. Dalam konteks D.I.Y., narasi Islam dan nasionalisme yang bersinergi berhasil menciptakan legitimasi sosial baru bagi partai nasionalis.

d) Ketokohan dan Institusionalisasi Partai

Kredibilitas tokoh politik dan kelembagaan menjadi unsur penting dalam komunikasi politik. Sesuai teori Nimmo (2011), *political heroism* muncul dari kombinasi antara reputasi individu dan kekuatan lembaga. DPD PDI Perjuangan D.I.Y. berhasil memadukan keduanya: ketokohan kader seperti Nuryadi dengan struktur kelembagaan yang kuat melalui Bamusi dan organisasi sosial lainnya. Kelembagaan yang solid menciptakan keberlanjutan pesan politik, sementara ketokohan menghadirkan figur yang dapat dipercaya publik. Kombinasi ini menjadikan komunikasi politik partai tidak hanya efektif secara pragmatis, tetapi juga berdaya jangka panjang secara ideologis.

5. Penutup

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi politik DPD PDI Perjuangan D.I.Y. menjelang Pilpres 2024 menampilkan pola **komunikasi politik adaptif** yang menyeimbangkan antara rasionalitas politik dan kearifan kultural-religius. Pendekatan kultural melalui Bamusi, keterlibatan tokoh Islam, dan penguatan narasi nasionalisme inklusif terbukti efektif meningkatkan antusiasme pemilih dan memperkuat legitimasi partai di kalangan Muslim.

Strategi ini menunjukkan bahwa politik identitas tidak selalu bersifat eksklusif, tetapi dapat menjadi sarana kolaboratif jika dikemas melalui komunikasi politik yang partisipatif, simbolik, dan bernuansa moral.

Daftar Pustaka

a) Sumber Berupa Buku

- Basri, H. (2021). Strategi komunikasi politik DPD Partai Golkar pada Pemilu Legislatif Aceh Tengah 2019. Banda Aceh: Universitas Syiah Kuala.
- Cangara, H. (2016). Pengantar ilmu komunikasi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Grunig, J. E. (1992). Excellence in public relations and communication management. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Kaslam, & Suliastini, K. (2020). Strategi komunikasi politik Partai Gelora Sulawesi Selatan di masa pandemi Covid-19. Makassar: Universitas Muhammadiyah.
- McNair, B. (2011). An introduction to political communication (5th ed.). London: Routledge.
- Mulyana, D. (2010). Ilmu komunikasi: Suatu pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nimmo, D. (2011). Political communication and public opinion in America. Belmont, CA: Wadsworth.

b) Sumber Jurnal

- Snow, D. A., & Benford, R. D. (1988). Ideology, frame resonance, and participant mobilization. *International Social Movement Research*, 1, 197–217.