

Analisis strategi komunikasi politik Partai Gerindra pada Pemilu tahun 2014 = Analysis of political communication strategy Gerindra in the Election of 2014

Amalia Izzati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20432704&lokasi=lokal>

Abstrak

Partai Gerindra merupakan bagian dari 18 partai politik baru yang ikut pemilu 2009, dan mengusung figur kontroversial Prabowo Subianto sebagai capresnya. Kondisi tersebut menempatkan Partai Gerindra pada posisi ke tiga sebagai partai besar di Indonesia. Hal ini menjadi sebuah fenomena bahwa kekuatan partai baru dengan mengusung tokoh yang kontroversial namun partai tersebut bisa tetap yakin dan konsisten membawa partai Gerindra melangkah sebagai partai terdepan dengan menggalang massa yang setiap tahunnya terus bertambah. Kekalahan partai Gerindra dalam mengusung nama calon presiden Prabowo menjadi cambuk yang besar bagi massa pendukung Prabowo Subianto karena gagal membawa kemenangan. Hal ini membutuhkan evaluasi dari berbagai elemen dalam tubuh partai untuk kedepannya Partai Gerindra mampu membawa nama Prabowo Subianto sebagai pemimpin bangsa Indonesia.

Dalam Tesis ini penulis merumuskan masalah sebagai acuan penulis, adapun rumusan masalahnya adalah strategi apa yang dilakukan Partai Gerindra dalam membangun politik pencitraan Partai Gerindra melalui sosok Prabowo Subianto pada pilpres 2014. Perumusan masalah itu dijabarkan dengan menggunakan metode penelitian.

Metode penelitian yang digunakan dalam tesis ini adalah menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif ini menggunakan teknik wawancara individu intensif (mendalam). Wawancara mendalam didasarkan pada sebuah panduan wawancara, pertanyaan-pertanyaan terbuka, dan penyelidikan informal untuk memfasilitasi diskusi tentang isu-isu dengan cara yang setengah terstruktur atau tidak terstruktur. Pertanyaan terbuka digunakan untuk memungkinkan terwawancara berbicara panjang lebar mengenai sesuatu topik. Selain data dari wawancara mendalam, penelitian ini menggunakan data-data dari buku beserta artikel yang berhubungan dengan AD/ART partai Gerindra, catatan pemerintah, media massa, internet, dan sumber lain yang relevan dengan penelitian

Pada saat musim kampanye politik 2014 Partai Gerindra berperan dalam melakukan politik pencitraan Prabowo Subianto. Langkah politik pencitraan yang dilakukan Partai Gerindra terhadap Prabowo diantaranya adalah Partai Gerindra melakukan kampanye politik yang cukup intens di berbagai media publik, baik internal maupun lokal. Kemudian Gerindra konsisten menarik perhatian anak muda untuk ikut terjun ke politik dengan tujuan untuk menjadi bangsa yang kuat dan bisaberdiri dibawah kaki sendiri. Dengan membuat sistem pengkaderisasi yang belum dimiliki partai lainnya membuat partai gerindra mencetak anak-anak muda yang berkualitas untuk membangun negara. Selain menggunakan jasa media, Partai Gerindra juga melakukan komunikasi politik secara dialogis keberbagai segmentasi masyarakat misalnya kaum buruh, mahasiswa, petani, nelayan dan guru. Langkah-langkah strategi politik pencitraan tersebut menghasilkan tanggapan yang beragam. Sebagian tetap menilai Prabowo dengan citra kontroversialnya dan sebagian besar.

.....Gerindra is part of 18 new political parties that is running in the election of 2009, and carries a controversial figure Prabowo as president candidat. The conditions put Gerindra in the third position as a

major party in Indonesia. This is a phenomenon that the strength of a new party by bringing a controversial figure, but the party can remain confident and consistently bring Gerindra party stepped down as the party leading up to raise mass each year continues to grow. Gerindra party's defeat in nominating presidential candidates Prabowo a whip which was great for the supporters of Prabowo for failing to bring victory. This requires an evaluation of the various elements within the party for the future Gerindra capable of carrying the name Prabowo as leader of the nation of Indonesia.

In this thesis, the formulation of the problem is what kind of strategy, that Gerindra party do in build imagery political of Gerindra party through the figure Prabowo of the election in 2014. Formulation of the problem was described by using research methods.

The method that used in this thesis is using the qualitative research. This qualitative study is using the technique of intensive individual interviews (in-depth). In-depth interviews based on an interview guide, open-ended questions, and informal investigations to facilitate the discussion of issues in a way that half-structured or unstructured. Open-ended questions are used to allow the interviewees to speak at length on a topic. In addition to the data from in-depth interviews, this study presented by using data from the book as well as articles related to AD / ART Gerindra party, government records, mass media, internet, and other sources that are relevant to the research.

By the time of the political campaign season in 2014 Gerindra political role in doing imaging Prabowo. Political steps undertaken imaging Gerindra against Prabowo include Gerindra do fairly intense political campaign in various public media, both internally and locally. However, Gerindra as consistently may to attract young people follow in politic with purpose to become strong nation. By creating a group system which is there is no other party using this system, it makes Gerindra party create young people that has quality to build the country and Gerindra Party do some politic communication dialogical to various society, for example the workers, students, farmers, fishermen and teachers. There are a lot of argument about this strategy, most of them still have opinion about the controversial imager of Prabowo.