

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Strategi komunikasi politik yang dilaksanakan oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) Kota Semarang sejatinya telah dilakukan dalam rangka membangun citra partai di kalangan Generasi Z. Berdasarkan teori Cangara (2011), maka terdapat empat indikator untuk menganalisis strategi komunikasi politik, yaitu komunikator politik, pesan politik, media politik, dan sasaran politik. Dari indikator komunikator politik, PDI Perjuangan Kota Semarang telah membangun struktur komunikator yang terorganisir dengan melibatkan berbagai elemen, termasuk kader muda melalui BMI dan TMP. Komunikator politik tidak hanya berasal dari elite partai tetapi juga melibatkan kader muda yang memiliki kedekatan karakteristik dengan Generasi Z. Struktur komunikator yang dibangun menunjukkan kesadaran partai akan pentingnya keseimbangan antara pengalaman senior dan dinamika generasi muda dalam menyampaikan pesan politik. Keterlibatan Banteng Muda Indonesia (BMI) dan Taruna Merah Putih (TMP) sebagai organisasi sayap muda partai menjadi kunci dalam membangun komunikasi yang lebih efektif dengan Generasi Z.

Selanjutnya, dalam indikator pesan politik sudah dilakukan oleh PDI Perjuangan Kota Semarang dengan kemampuan adaptasi yang signifikan dalam mengemas pesan-pesan politiknya. Partai juga telah mentransformasikan pesan politik formal menjadi lebih relevan dengan kehidupan sehari-hari Generasi Z, seperti kegiatan bantuan sosial pada saat Covid-19, penyelenggaraan kegiatan

olahraga dan hiburan, komunikasi dua arah yang memberikan ruang diskusi, serta penyelenggaraan kegiatan bernuansa keagamaan yang ditujukan untuk seluruh pemeluk agama.

Kemudian, dalam indikator sasaran politik, PDI Perjuangan menunjukkan pemahaman mendalam tentang karakteristik Generasi Z dengan mengadopsi pendekatan komunikasi yang lebih informal dan interaktif. Kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan dirancang untuk menciptakan keterlibatan yang lebih tinggi dengan format yang sesuai preferensi generasi muda. Partai memahami bahwa Generasi Z memiliki perbedaan pemikiran dalam hal komunikasi politik dan berhasil mengadaptasi pendekatannya untuk memenuhi pemahaman tersebut. Pemahaman ini tercermin dalam pemilihan lokasi, format kegiatan, dan gaya komunikasi yang lebih sesuai dengan karakteristik Generasi Z.

Sementara itu, terdapat indikator yang kurang maksimal dalam pelaksanaannya, yakni media politik. Pada pelaksanaan media politik, PDI Perjuangan memahami masih terdapat kekurangan dalam mengoperasikan media sosial. Dari segi pelaksanaan oleh partai belum terdapat konsistensi dalam membuat konten di media sosial seperti Instagram, TikTok, atau YouTube. Partai belum memanfaatkan fitur-fitur interaktif dalam platform tersebut seperti *polling*, *Q&A*, atau *live streaming* untuk membangun komunikasi dua arah. Selain itu, dalam monitoring dan evaluasi media masih terbatas pada jumlah *likes* dan komentar pada suatu postingan, tidak sampai pada tahapan

menggunakan *engagement rate*, *sentiment analysis*, atau tingkat interaksi Generasi Z dengan konten yang dipublikasikan.

Kekurangan dalam pelaksanaan indikator tersebut terlihat dari hasil survei yang dilakukan peneliti kepada 25 responden yang merupakan Generasi Z di Kota Semarang. Survei ini dilakukan untuk mengetahui citra atau persepsi dari Generasi Z pada PDI Perjuangan Kota Semarang yang ditinjau melalui tiga aspek, yakni pengetahuan atau wawasan, afeksi atau ketertarikan emosial, dan penilaian.

Berdasarkan hasil survei tersebut, diperoleh data bahwa Generasi Z mayoritas menyatakan “Setuju” terhadap aspek pengetahuan mengenai PDI Perjuangan, mencakup latar belakang, logo, visi misi, tokoh partai, kampanye digital, isu, serta program PDI-P untuk generasi muda. Sementara itu, pada aspek afeksi menunjukkan hasil yang kurang memuaskan, di mana mayoritas responden Generasi Z menyatakan “Tidak Setuju”, terhadap kedekatan PDI-P dengan anak muda, ketertarikan dan antusias dengan kegiatan PDI-P, konten media sosial, gaya komunikasi dan perhatian PDI-P terhadap aspirasi Generasi Z. Hal ini relevan dengan kekurangan PDI Perjuangan dalam melaksanakan komunikasi politik dari aspek media dan pesan politik, sehingga Generasi Z merasa belum memiliki kedekatan dengan PDI Perjuangan Kota Semarang. Setelah mendapatkan wawasan dan afeksi mengenai PDI Perjuangan, maka diperoleh penilaian mengenai hal tersebut, yang menyatakan mayoritas responden Generasi Z “Setuju” dengan kinerja, keterbukaan terhadap kritik dan saran, inovasi dalam program, kader muda yang berkualitas, konsisten

mendukung aspirasi Generasi Z, dan pada akhirnya berhasil minat Generasi Z dalam perpolitikan.

Akan tetapi, hasil dari survei tersebut menunjukkan masih adanya kekurangan pada komunikasi politik PDI Perjuangan. Dikarenakan walaupun telah mempunyai pengetahuan terhadap PDI Perjuangan, namun belum mampu membangun kedekatan emosional secara maksimal karena bukan hanya tertarik dalam perpolitikan juga, tetapi juga tertarik untuk ikut serta dalam perpolitikan PDI Perjuangan.

Sementara itu, terdapat kelemahan dalam penelitian ini dalam jumlah responden yang terbatas, yaitu hanya 25 orang. Jumlah tersebut belum cukup untuk mewakili keseluruhan populasi Generasi Z di Kota Semarang, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan secara luas. Selain itu, metode pengumpulan data melalui *Google Form* memiliki keterbatasan dalam memastikan objektivitas jawaban responden, karena tidak ada kontrol langsung terhadap kondisi pengisian kuesioner.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, terdapat beberapa saran yang diberikan oleh peneliti terkait Strategi Komunikasi Politik yang dilakukan PDI Perjuangan untuk meningkatkan citra pada Generasi Z di Kota Semarang, yaitu:

- a. Diperlukan optimalisasi kinerja organisasi sayap, seperti BMI maupun TMP agar dapat menciptakan struktural fungsional serta memaksimalkan potensi

anggotanya dengan membentuk divisi khusus yang menangani sosial media, pengembangan kapasitas anggota melalui pelatihan dan menjalin kemitraan dengan komunitas yang relevan, agar dapat menjalankan fungsi organisasi sayap secara lebih efisien dalam rangka membangun kedekatan dengan Generasi Z.

- b. Diperlukan peningkatan intensitas dan kreativitas dalam penggunaan media sosial oleh PDI Perjuangan Kota Semarang maupun organisasi sayap muda, seperti konten video pendek, *polling*, *Q&A*, atau *live streaming*. Pengembangan konten yang lebih interaktif dapat memperkuat hubungan dengan audiens termasuk Generasi Z.
- c. Diperlukan pengembangan proses evaluasi konten secara lebih terstruktur dan komprehensif melalui analisis sentimen, maupun penggunaan matriks kuantitatif media sosial seperti *engagement rate*, *sentiment analysis*, atau tingkat interaksi Generasi Z dengan konten yang dipublikasikan, sehingga partai mengetahui relevansi konten dengan minat Generasi Z.
- d. Kepada peneliti selanjutnya disarankan untuk meningkatkan kuantitas responden dengan mempertimbangkan jumlah populasi Generasi Z di Kota Semarang.