
STRATEGI PENYEBARAN INFORMASI KEPARTAIAN DPD PDI PERJUANGAN JAWA TIMUR MELALUI WEBSITE PDIPERJUANGAN-JATIM.COM

¹Muhammad Alfian Affandi, ²Jupriono, ³Amalia Nurul Muthmainnah

^{1,2,3}Studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

alfianaffandi21@gmail.com

Abstract

This research aims to explore the strategy for disseminating party information carried out by the East Java PDI Perjuangan DPD through the website pdiperjuangan-jatim.com using cyber public relations theory and journalistic products as packaging for presenting information. This type of research uses descriptive with a qualitative approach. The subject of this research is the East Java PDI Perjuangan DPD Media Unit and the research object is information dissemination strategy. The data collection method was carried out using interviews and documentation accompanied by reviewing the contents of the pdiperjuangan-jatim.com website as valid data. The results of this research show that the East Java PDI Perjuangan DPD is included in the 5 characteristics of Cyber Public Relations in disseminating information via the internet, namely direct feedback, competitive opportunities, two-way communication, strengthening communication relationships, and economical. In the strategy of disseminating information via the pdiperjuangan-jatim.com website, the East Java PDI Perjuangan DPD uses 7 types of journalistic product strategies from 9 types, namely news, straight news, indirect news (feature news), variety news, nature of news, reviews (views), and publicity (publicity). The types of journalistic products that are not used are news construction and advertising.

Keywords: *cyber public relations, Website, journalistic products, political communication, pdiperjuangan-jatim.com.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi penyebaran informasi kepartaian yang dilakukan oleh DPD PDI Perjuangan Jawa Timur melalui website pdiperjuangan-jatim.com menggunakan teori *cyber public relations* dan produk jurnalistik sebagai kemasan penyajian informasi. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Subjek penelitian ini adalah pihak Unit Media DPD PDI Perjuangan Jawa Timur dan objek penelitian strategi penyebaran informasi. Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi disertai peninjauan isi website pdiperjuangan-jatim.com sebagai data yang valid. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi DPD PDI Perjuangan Jawa Timur termasuk kedalam golongan 5 karakteristik dari *Cyber Public Relations* dalam menyebarkan informasi melalui internet, yakni adanya umpan balik (*direct feedback*), peluang bersaing, komunikasi dua arah (*two way communication*), memperkuat hubungan komunikasi, serta hemat. Dalam strategi penyebaran informasi melalui website pdiperjuangan-jatim.com, DPD PDI Perjuangan Jawa Timur menggunakan 7 jenis strategi produk jurnalistik dari 9 jenis, yakni jenis berita (*news*), berita langsung (*straight news*), berita tidak langsung (*feature news*), ragam berita, sifat berita, ulasan (*view*), dan publisitas (*publicity*). Adapun jenis produk jurnalistik yang tidak digunakan yakni konstruksi berita dan advertensi (iklan).

Kata kunci: *cyber public relations*, Website, produk jurnalistik, komunikasi politik, pdiperjuangan-jatim.com.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang begitu pesat membuat manusia lebih dimudahkan dalam membuat, menyampaikan, serta menerima pesan yang dikirim atau diterima dari tempat, waktu, dan ruang yang berbeda tanpa mengubah isi dari maksud dan tujuan pesan tersebut. Dengan begitu, peran media dalam fasilitator penyampaian informasi sekarang lebih diperhatikan karena dianggap lebih efektif dari segi tenaga, waktu, dan juga materil. Peran media dalam aktivitas publikasi informasi dan komunikasi masyarakat sangat penting dalam upaya mendukung suatu organisasi dalam mencapai tujuannya, terlebih pada organisasi pemerintahan yang mengharuskan untuk melakukan publikasi pada serangkaian kegiatan yang akan atau telah dijalankan agar masyarakat dapat memahami dan mengontrol hasil kerjanya (Putri Rahmah S & Yulianita, 2016).

Fasilitas internet menjadi kekuatan utama dan menjadi bagian integral untuk dapat menghubungkan manusia dalam proses komunikasi melalui media. Internet ditemukan oleh Leonard Kleinrock pada 29 Oktober 1969, namun penggunaan masal internet yang dilakukan masyarakat dalam akses pertukaran pesan melalui media elektronik dimulai sejak pada akhir abad 20-an, dan sudah diterapkan pada organisasi masyarakat, pendidikan, industri, maupun pemerintahan pada saat itu (Effendi, 1970). Masyarakat pada era sekarang sebagian besar lebih memilih berkomunikasi melalui jejaring internet yang dirasa sangat efektif dan cepat.

Lembaga partai politik pada umumnya mempunyai strateginya sendiri dalam menyusun dan menyebarkan informasi politiknya agar dapat diketahui dan sampai kepada masyarakat. Seperti halnya pada Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI Perjuangan). PDI Perjuangan merupakan salah satu partai politik di Indonesia yang mempunyai sistem organisasi secara terstruktur seperti halnya pada 18 partai politik Indonesia lain yang telah ditetapkan dan lolos verifikasi administrasi dan faktual oleh Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia (KPU-RI).

Penyampaian informasi akan menjadi efektif jika langsung mengenai target audiens. PDI Perjuangan memanfaatkan media sosial dan elektronik dalam menyampaikan informasi partai. Penulis dalam hal ini meneliti strategi humas yang ada di Dewan Pimpinan Daerah (DPD) PDI Perjuangan Provinsi Jawa Timur yang berlokasi di Jalan Raya Kendangsari Industri No 57, Kecamatan Tenggilis Mejoyo, Kota Surabaya, dalam menggunakan *website* sebagai arus informasi resmi yang memiliki kebaruan informasi pada setiap harinya. Mulai dari informasi kegiatan anggota legislatif fraksi PDI Perjuangan DPRD Provinsi Jawa Timur maupun fraksi PDI Perjuangan DPRD kabupaten/kota yang berada di Jawa Timur. Informasi program kerja yang telah dijalankan dari para kepala daerah dan wakil kepala daerah usungan PDI Perjuangan Jawa Timur, kegiatan partai mulai dari Anak Ranting, Pengurus Ranting, PAC, DPC, DPD Jawa Timur, hingga informasi nasional yang mencakup Presiden usungan PDI Perjuangan Joko Widodo, hingga bakal calon presiden (bacapres) dari PDI Perjuangan Ganjar Pranowo yang akan bertanding pada pemilihan umum (pemilu) tahun 2024.

Mengacu pada pemilu tahun 2019 lalu, PDI Perjuangan meraup jumlah suara pemilih terbanyak diantara partai-partai lain yang berada di Provinsi Jawa Timur, yakni sebesar 4.319.666 suara sah menurut Komisi Pemilihan Umum (KPU) pada pemilihan legislatif tahun 2019, lalu disusul oleh PKB pada urutan ke-dua dengan total suara 4.198.551. Hal ini menjadi sebuah

ketertarikan tersendiri bagi peneliti untuk mengetahui bentuk kampanye digital seperti apa yang telah dibangun oleh PDI Perjuangan Jawa Timur selama ini. Sehingga, dapat mempengaruhi elektabilitasnya di Jawa Timur dan meraup suara tertinggi, dan bagaimana konsistensinya dalam mempertahankan dan mempersiapkan pada pemilihan umum tahun 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi penyebaran informasi kepartaian yang dilakukan oleh DPD PDI Perjuangan Jawa Timur melalui website pdiperjuangan-jatim.com dengan menggunakan teori *cyber public relations* dan produk jurnalistik sebagai kemasan penyajian informasi yang ada pada website.

Metode Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yakni pendekatan kualitatif. Jenis penelitian yang diterapkan dalam studi ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menghimpun informasi mengenai status suatu gejala pada saat penelitian dilakukan. Fokus penelitian deskriptif tidak terletak pada pengujian hipotesis tertentu, melainkan lebih kepada gambaran menyeluruh mengenai suatu variabel, gejala, atau keadaan.

Subjek dalam penelitian ini yakni Kepala Unit Media DPD PDI Perjuangan Jawa Timur, beserta tim yang bertanggung jawab dalam memberikan arus informasi resmi. Sedangkan objek penelitian merupakan sesuatu yang ingin diketahui oleh peneliti, atau sesuatu yang ingin diteliti dari objek penelitian. Maka objek penelitian ini merupakan website dari DPD PDI Perjuangan Jawa Timur, yakni pdiperjuangan-jatim.com.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan jenis data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan secara langsung melalui tahapan seperti wawancara serta dokumentasi dengan meninjau langsung isi website. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh dari situs internet, atau refrensi yang sama dengan apa yang sedang diteliti.

Hasil dan Pembahasan

Cyber Public Relations merupakan inisiatif public relations dalam melakukan kegiatan kehumasan yang dilakukan secara online atau melalui internet sebagai sarana komunikasi. Domain (www) merupakan protokol utama yang mengirimkan data dari server website agar dapat dilihat oleh penggunanya melalui peramban web. Semua informasi yang dipublikasikan oleh situs web tersebut selanjutnya dapat membentuk suatu jaringan informasi yang sangat luas jangkauannya.

DPD PDI Perjuangan Jawa Timur menerapkan Cyber PR sebagai penyebaran informasi kepartaian dengan memilih website sebagai etalase pemberitaan karena dinilai cukup efektif. Efektif dalam artian dapat menjangkau khalayak lebih banyak dan tidak menguras waktu dalam memberikan kebutuhan informasi.

Dalam hal ini, ditemukan bahwa Strategi DPD PDI Perjuangan Jawa Timur tergolong kedalam 5 karakteristik yang ada pada *Cyber Public Relations* dalam menyebarkan informasi melalui internet, diantaranya adanya umpan balik (*direct feedback*), peluang bersaing, komunikasi dua arah (*two way communication*), memperkuat hubungan komunikasi, dan

hemat. Dalam menyebarkan informasinya, DPD PDI Perjuangan menggunakan media website pdiperjuangan-jatim.com dan menerapkan strategi jenis produk jurnalistik. Dari 9 jenis produk jurnalistik, pdiperjuangan-jatim.com menggunakan 7 jenis, yakni Berita (*News*), Berita Langsung (*Straight News*), Berita Tidak langsung (*Feature News*), Ragam Berita, Sifat Berita, Ulasan (*View*), dan Publisitas (*Publicity*), dan tidak mengadopsi 2 jenis lainnya seperti Advertensi (*Iklan*), dan Kontruksi Berita.

Dalam hal ini, Cyber Public Relations Unit Media DPD PDI Perjuangan Jawa Timur melakukan tahapan-tahapan seperti *fact finding and feedback*, *planning and programming*, *action and communicating*, dan *evaluating* dalam melakukan aktivitas kehumasannya.

Fact Finding and Feedback (Riset Penemuan Fakta)

Pada tahapan ini dilakukan penemuan fakta di lapangan atau hal-hal yang berkaitan dengan opini, sikap, dan reaksi publik dengan kebijaksanaan pihak organisasi atau perusahaan yang bersangkutan. Setelah menemukan fakta di lapangan, maka data, fakta, dan informasi tersebut dievaluasi untuk dapat dijadikan pedoman pengambilan keputusan berikutnya.

Pada tahapan ini yang paling diperlukan adalah kepekaan humas dalam mendengarkan dan menemukan fakta yang berhubungan dengan kepentingan perusahaan atau organisasi. Tahap ini juga dinamakan tahapan analisis situasi.

Planning and Programming

Yakni tahapan perencanaan dan penyusunan program kerja merupakan upaya yang dilakukan untuk menentukan langkah selanjutnya yang sejalan dengan kepentingan publik.

Action and Communicating

Proses ini merupakan tidak lanjut setelah melakukan perencanaan. Humas harus bisa melakukan tindakan berdasarkan rencana matang yang sudah dibuat. Tindakan dilakukan sesuai fakta yang ada sehingga dapat menyampaikan pesan efektif yang bisa mempengaruhi opini publik

Evaluating

Evaluasi merupakan tahap penilaian hasil dari riset awal hingga perencanaan program, serta keefektifan dari proses manajemen dan bentuk komunikasi yang digunakan. Tahapan ini dikatakan sebagai tahap penafsiran hasil kerja.

Keempat tahap di atas sangat penting dilakukan dan saling terkait satu sama lain. Bila terjadi kendala atau ketidakcocokan dan salah penerapan, maka dapat diduga bahwa hasil kegiatan, pelaksanaan program kerja humas sampai penilaian hasilnya tidak signifikan untuk tujuan pengambilan keputusan secara tepat dan benar

Unit Media DPD PDI Perjuangan Jawa Timur juga menerapkan semua karakteristik yang ada pada *Cyber Public Relations*, diantaranya *direct feedback* (umpan balik), peluang bersaing, *two way communication* (komunikasi dua arah), memperkuat hubungan komunikasi, dan hemat.

Umpan Balik (Direct Feedback)

Penyebaran informasi yang dilakukan oleh Cyber PR melalui internet tentu mempunyai kelebihan yang efisien dan hemat dalam memberikan umpan balik kepada khalayak. Dalam hal ini, DPD PDI Perjuangan Jawa Timur merespon umpan balik atau direct

feedback dari masyarakat dengan menyediakan ruang opini yang ada pada website pdiperjuangan-jatim.com. Artikel dari masyarakat umum tersebut dapat diterbitkan oleh redaktur Unit Media DPD PDI Perjuangan Jawa Timur dengan melalui tahap editorial tanpa mengubah substansi opini.

Peluang Bersaing

Media Cyber PR juga dapat membuka peluang untuk bersaing di pasar global. Internet juga membuka jendela dunia dengan mudah tanpa hambatan ruang dan waktu. Ketika terhubung dengan koneksi internet maka pada saat itu juga informasi yang di publikasi oleh cyber PR akan dengan mudah diterima langsung oleh jutaan hingga ribuan masyarakat dengan cepat. Seperti halnya penyebaran informasi yang dilakukan DPD PDI Perjuangan Jawa Timur yang memanfaatkan internet sebagai sarana utamanya.

Komunikasi Dua Arah (Two Way Communiation)

Komunikasi yang interaktif juga merupakan karakteristik dari media Cyber PR. Penyebaran informasi yang dilakukan Cyber PR DPD PDI Perjuangan Jawa Timur terbilang cukup sering memanfaatkan komunikasi dua arah dalam menggunakan jejaring internet untuk menyebar luaskan berita. Terlihat pada website pdiperjuangan-jatim.com juga terdapat kolom komentar untuk khalayak agar dapat berinteraksi dengan redaktur terkait. Namun sayangnya, pada kolom komentar tersebut terlihat masih sangat jarang ditemukan adanya masyarakat yang memberikan interaksinya secara intens.

Memperkuat Hubungan Komunikasi

Percepatan arus informasi yang terjadi tak lepas dari peran jaringan internet yang semakin meluas. Dalam hal ini, DPD PDI Perjuangan Jawa Timur memanfaatkan internet sebagai penyebaran informasi sekaligus menjadi kesempatan dalam memperkuat hubungan komunikasi seperti yang dikatakan oleh Heru Setyanto selaku Redaktur Unit Media DPD PDI Perjuangan Jawa Timur dalam menyebarkan seluruh pemberitaan melalui internet.

Penutup

Penelitian ini menggunakan teori Cyber Public Relations untuk mengetahui strategi penyebaran informasi yang dilakukan oleh DPD PDI Perjuangan Jawa Timur melalui website pdiperjuangan-jatim.com. Dalam strategi penyebaran informasi, DPD PDI Perjuangan Jawa Timur mengadopsi jenis-jenis dari produk jurnalistik. Dalam hal ini, penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti DPD PDI Perjuangan Jawa Timur dengan cara observasi atau menggunakan metode etnografi agar dapat menjadi pembeda dalam penelitian ini.

Berdasarkan kesimpulan yang telah disampaikan sebelumnya, peneliti menyarankan agar seorang praktisi *cyber public relations* DPD PDI Perjuangan Jawa Timur tetap konsisten dalam strategi penyebaran informasi melalui website pdiperjuangan-jatim.com, juga menerapkan seluruh produk jurnalistik yang ada agar dapat memaksimalkan minat khalayak dalam membaca dan mengetahui informasi-informasi yang ada di PDI Perjuangan Jawa Timur. Serta, berusaha untuk melakukan inovasi-inovasi dari segi tampilan maupun strategi lain dalam mengundang khalayak untuk dapat berinteraksi lebih dekat seperti menggunakan fitur pesan langsung (*live chat*).

Daftar Pustaka

- Ahdiat, A. (2022). ada 204,7 juta pengguna internet di indonesia awal 2022.
- Gunawan, I. (2016). Metode Penelitian Kualitatif. Bumi Aksara. Amalia Yunia Rahmawati. (2020). Tujuh Tradisi Komunikasi. July, 1–23.
- Bakri, Unde, A., & Bahfiarti, T. (2015). Media Center sebagai Pusat Pelayanan Informasi Publik dalam Penyebarluasan Aktivitas Pemerintahan kepada Masyarakat di Kabupaten Pinrang. KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi, 4(2), 189–207.
- Effendi, M. (1970). Peranan Internet Sebagai Media Komunikasi. KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi, 3(2), 130–142. <https://doi.org/10.24090/komunika.v3i2.143>
- Hamad, I. (2008). Memahami Komunikasi Pemasaran Politik. Mediator: Jurnal Komunikasi, 9(1), 147–162. <https://doi.org/10.29313/mediator.v9i1.1141>
- Mappasere, S. A., & Suyuti, N. (2019). Pengertian Penelitian Pendekatan Kualitatif. In Metode Penelitian Sosial (Vol. 33).
- Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, J. S. (2016). Qualitative Data Analysis. 1–14.
- Pdiperjuangan-jatim.com, R. (n.d.). Redaksi Unit Media pdiperjuangan-jatim.com. Pdiperjuangan-Jatim.Com. <https://pdiperjuangan-jatim.com/redaksi/>
- Putri Rahmah S, R. P., & Yulianita, N. (2016). Makna Media Sosial bagi Profesi Public Relations Perguruan Tinggi. Prosiding Hubungan Masyarakat, 2.
- Rahadi, D. R. (2017). Perilaku Pengguna Dan Informasi Hoax Di Media Sosial. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, 5(1), 58–70. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v5i1.1342>
- Redaksi pdiperjuangan-jatim.com. (2023). Struktur, Komposisi dan Personalia DPD PDI Perjuangan Jawa Timur Masa Bakti 2019-2024. Pdiperjuangan-Jatim.Com. <https://pdiperjuangan-jatim.com/struktural/dpd/>
- Rosidi, R. (2017). Strategi Komunikasi politik dan Budaya Transparasi Partai Politik. Jurnal Politik Pemerintahan, Majalah Ilmiah Program Studi Ilmu Politik, 2(1), 78–100. <https://doi.org/10.55745/jpp.v2i1.15>