



Strategi Komunikasi Politik PKS dalam Mempertahankan Konstituen di Jawa Barat Melalui Instagram

Refi Gilang Maulana, Yusa Djuyandi

Program Studi Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran, Jl. Raya Bandung-Sumedang KM. 21 Jatinangor, 45363

ARTICLE INFORMATION

Received: March 08, 2023

Revised: Mei 28, 2023

Available online: Juni 30, 2023

KEYWORDS

Political Communication Strategy, Instagram, Constituents

CORRESPONDENCE

Name: Yusa Djuyandi

E-mail: yusa.djuyandi@unpad.ac.id

A B S T R A C T

The political contest that PKS participated in got good results in West Java. Maintaining constituents is the first step in winning political contestation. Instagram is one of the social media that is widely used by the people of Indonesia, it can be a forum for PKS in carrying out its political communication strategy. The research was conducted using a qualitative case study method, with interview data collection techniques through primary and secondary data sources. The results of this study are that the political communication strategy that has been carried out by the West Java DPW PKS using social media Instagram is quite structured. Be it in terms of resources or workflow. The use of Instagram social media DPW PKS West Java is under the responsibility of the public relations division, below which it is divided into several deputies. Messages conveyed on Instagram can be in the form of pictures or videos, in substance they can be in the form of socio-political issues that are currently developing in society or publication of party agendas. In creating content on Instagram, there are several paths. Kesimpulan The conclusion of this study is that Instagram content is tailored to the target segmentation, namely young people. The evaluation was carried out by the West Java PKS DPW by conducting a manual report. PKS national public relations evaluation has an event called PR Summit.

PENDAHULUAN

Kajian ini membahas mengenai strategi komunikasi politik PKS dalam mempertahankan konstituen di Jawa Barat melalui *instagram*. PKS adalah salah satu partai dengan basis masa yang cukup besar. Pemilu tahun 2019, secara nasional PKS berhasil meraih suara sebesar 8%. Begitupun di Jawa Barat, PKS melalui Ahmad Heryawan berhasil memenangkan dua kali pemilihan gubernur. Pada pemilihan gubernur tahun 2008 yang berpasangan dengan Dede Yusuf berhasil mendapatkan suara sebesar 7.287.647 atau sekitar 40.50% dari suara sah yang berjumlah 17.996.105 (*Kompas*, 2008). Pada pemilihan gubernur tahun 2013 Ahmad Heryawan berperan sebagai petahana kembali meraih kemenangan dengan mendapatkan 6.515.313 suara atau sekitar 32 % dari suara sah, pada tahun ini Ahmad heryawan berpasangan dengan Deddy Mizwar (*Detik*, Hasil Rekapitulasi KPU, Aher-Deddy Pemenang Pilgub Jabar 2013, 2013). Kemudian pada pemilihan gubernur tahun 2018, pasangan yang diusung oleh PKS secara mengejutkan berhasil mendapatkan posisi ke dua, kalah dari pasangan Ridwan Kamil dan UU Ruzanul, yang dimana pada survei sebelumnya elektabilitas pasangan tersebut kurang dari 20 %, namun hasil rekapitulasi KPUD Sudrajat dan Syaikhu mendapatkan suara 20% lebih (*Detik*, 2018).

Dalam pemilihan kepala daerah atau pilkada serentak di daerah Jawa Barat tahun 2020, ada enam calon yang diusung oleh PKS berhasil memenangkan pilkada (*Tribun*, 2020). Ini memperlihatkan kekuatan masa pendukung PKS di Jawa Barat cukup kuat, salah satunya adalah Depok, melalui pasangan Muhammad Idris dan Imam Budi Hartono. Depok menjadi salah satu basis PKS yang ditandai dengan belum terkalahkannya PKS dalam pemilihan kepala daerah secara langsung di kota tersebut (*CNN*, 2020). Selain Depok, Pilkada yang berhasil menang yaitu

<https://doi.org/10.58835/jspi.v3i2.138>

Kabupaten Karawang, Pangandaran, Indramayu, Kabupaten Bandung, Kabupaten Tasikmalaya, dan Kabupaten Cianjur. Dengan beberapa hasil yang bisa kita lihat, menarik untuk kita teliti mengenai bagaimana PKS bisa mempertahankan konstituenya di Provinsi Jawa Barat.

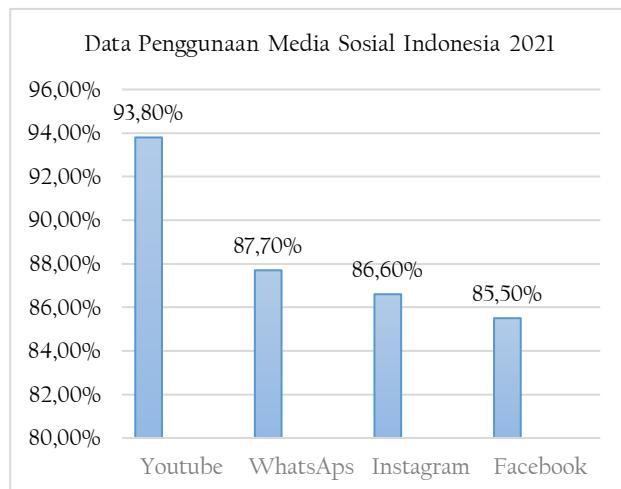
Salah satu tantangan yang dimiliki oleh PKS secara umum adalah komunikasi antar segmen di masyarakat, hal ini disampaikan langsung oleh salah satu Anggota Legislatif Komisi VII dari Fraksi PKS DPR RI, Diah Nurwitasari. Pendapat tersebut disampaikan dalam agenda penerimaan kunjungan dan aspirasi dari konstituen Kabupaten Bandung dan Bandung Barat. Dalam agenda tersebut disampaikan bahwa yang menjadi kekuatan PKS adalah struktur, pejabat publik, dan kader. Dari ketiga unsur ini harus bisa saling berkomunikasi dengan baik. Selain itu, harus adanya pembinaan di daerah guna memperkenalkan PKS kepada generasi muda. Mengingat pada pemilu 2024 yang akan datang jumlah pemilih pemuda diperkirakan akan mencapai 60 % (PKS, 2022). Maka dari itu, perlu adanya komunikasi dengan anak muda agar mereka bisa lebih mengenal PKS itu sendiri. Hal ini juga didorong adanya perubahan logo partai yang dilakukan PKS. Dengan demikian perlu adanya komunikasi yang kreatif dan inovatif kepada para pemuda melalui media sosial. Mengingat aktivitas anak muda lebih banyak di media sosial, namun dengan demikian tidak menghilangkan peran dari media mainstream (PKS, 2022).

Secara umum sebagai partai Islam, PKS memiliki beberapa tantangan yang harus dijawab agar konstituen bisa tetap bertahan. Tantangan yang pertama adalah PKS harus bisa menjadikan ideologinya sebagai *platform* politik. Kemudian yang kedua adalah mengenai krisis kepemimpinan dan konflik internal. Konflik internal sempat terjadi dalam tubuh PKS pada saat pemecatan Fakhri Hamzah sebagai anggota PKS, hal ini

[Attribution-ShareAlike 4.0 International](#). Some rights reserved

harus diantisipasi mengingat secara kader PKS memiliki basis kader yang cukup kuat. Ketiga adalah krisis identitas dan kecenderungan melakukan politik pragmatis (Akbar, 2022). Dominasi kemenangan partai yang berbasis nasionalis dan sekuler menjadi tantangan tersendiri bagi PKS selaku partai Islam. PKS secara umum harus bisa memilih langkah yang tepat untuk bisa masuk ke semua kalangan masyarakat. PKS harus bisa mempertahankan citra dan ideologi mereka sebagai partai Islam tanpa harus masuk ke dalam cara-cara partai nasionalis sekuler (politik, 2021)

Dari semua pencapaian yang telah dicapai oleh PKS di Jawa Barat dan beberapa tantangan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka perlu adanya perencanaan yang baik dari PKS dalam menjaga konstituen. Untuk itu perlu adanya manajemen strategi komunikasi yang baik, terstruktur, dan sistematis. Untuk itu penelitian ini dilakukan untuk mengukur dan mengetahui sejauh mana PKS dalam menggunakan strategi komunikasi politik. Penelitian ini penting dilakukan mengingat media sosial adalah salah satu *platform* dengan jaringan yang cukup luas dan juga memiliki cakupan yang banyak pula. Ini merupakan sebuah peluang yang luar biasa bagi partai politik untuk memanfaatkan peluang tersebut. menurut riset yang dikutip oleh detik.com (Haryanto, 2020) menunjukan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai angka 175,4 juta jiwa dengan populasi masyarakat Indonesia sekitar 272 juta jiwa maka presentasenya mencapai 64 %. Menurut Thiery Vedel dalam (Wolfsfed, 2003) sejatinya penggunaan internet terhadap komunikasi politik memberikan dampak positif baik bagi material ataupun nonmaterial. Dari aspek material dengan adanya internet dan media sosial akan mengurangi biaya, sedangkan secara nonmaterial akan menambah rasa kepemilikan antar setiap anggota.



Gambar 1. Data Penggunaan Media Sosial (Sumber: Kompas.com)

Data di atas memperlihatkan angka penggunaan social media di Indonesia pada tahun 2021. Bisa kita lihat bahwa social media youtube menjadi social media yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, dimana 93.8 % dari total jumlah populasi menggunakan youtube. Kemudian yang kedua whatsaps dengan 87.7 %, dan yang ketiga adalah Instagram dengan angka sebesar 86.6 %. Dari data inilah peneliti memilih *instagram* sebagai salah satu objek penelitian. Youtube merupakan sosial media yang lebih menekankan pada video dan

whatsapp lebih kepada sosial media berbasis pesan singkat. Sedangkan *Instagram* dan *facebook* adalah sosial media berbasis sharing foto, gaya hidup, dan sebagainya (Kompas, 2021).

Sebelumnya peneliti lain juga pernah melakukan penelitian tentang strategi komunikasi politik berkaitan dengan media sosial, penelitian tersebut berkaitan dengan strategi komunikasi politik seperti strategi komunikasi politik partai persatuan pembangunan (D.Joddi, 2020), pemanfaatan media sosial *facebook* sebagai strategi komunikasi politik (Suratno, 2020), strategi komunikasi politik pemenangan kepala daerah (A, 2021), strategi komunikasi politik pasca kebenaran (Mustaqim, 2018), media sosial sebagai strategi komunikasi politik Partai Golkar dalam melakukan pendidikan politik (Meifilina, 2021), digital strategy of political communication media on social media (Wulandari R., 2021), strategi komunikasi politik PKS pada Pemilihan Umum (PEMILU) tahun 2019 di Kota Pekanbaru (Faiza, 2019), dan media sosial sebagai strategi komunikasi politik (Alfiyani, 2018).

Mempertahankan konstituen sama pentingnya dengan memenangkan suara pada setiap kontestasi politik, yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah peneliti memfokuskan pada mempertahankan konstituen, penelitian yang berkaitan dengan strategi komunikasi politik lebih banyak pada bagaimana sebuah partai dalam memenangkan pemilu.

Dalam penelitian ini peneliti memilih teori strategi komunikasi politik yang disampaikan oleh Gregory. Alasan peneliti memilih teori strategi komunikasi politik ini adalah teori ini lebih fleksibel dimana bisa digunakan dalam tujuan apa saja, tidak hanya pada pemenangan pemilu atau pilkada saja, kemudian secara teori lebih menyeluruh sehingga mudah dipahami oleh peneliti. Teori ini menyatakan bahwa dalam menyusun strategi komunikasi politik terdapat tujuh tahapan yang harus dilakukan mulai dari analisis masalah, menyusun tujuan, segmentasi dan identifikasi sasaran atau target, menentukan pesan, membuat strategi dan taktik, alokasi waktu dan sumber dana, serta evaluasi.

METODE

Peneliti memilih metode penelitian kualitatif dengan tipe penelitian studi kasus. Alasan peneliti dalam memilih metode pendekatan ini adalah adanya kesesuaian antara judul penelitian yang dipilih dengan ciri khas pendekatan penelitian tersebut. Seperti dijelaskan dalam Cresswell (2014), metode kualitatif studi kasus memiliki ciri khas kasus yang dapat dibatasi oleh parameter tertentu contohnya seperti waktu dan tempat yang spesifik. Kemudian metode kualitatif studi kasus memiliki ciri utama yaitu pemahaman mendalam tentang sebuah kasus. Dalam penelitian ini memiliki tempat atau objek yang sudah spesifik yaitu PKS Provinsi Jawa Barat.

Sumber data dalam penelitian ini dibagi ke dalam dua jenis, pertama adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer adalah sumber data yang didapat langsung dari narasumber penelitian yaitu melalui wawancara. Kemudian data sekunder adalah data yang diperoleh oleh peneliti yang tidak didapat langsung dari narasumber, namun masih berkorelasi dengan topic penelitian. Data ini didapatkan melalui sumbersumber bacaan lain seperti surat kabar, jurnal, serta data statistik lainnya yang berhubungan dengan media sosial khususnya berkenaan dengan aktivitas PKS Jawa Barat dalam media sosial. Wawancara merupakan salah satu rangkaian

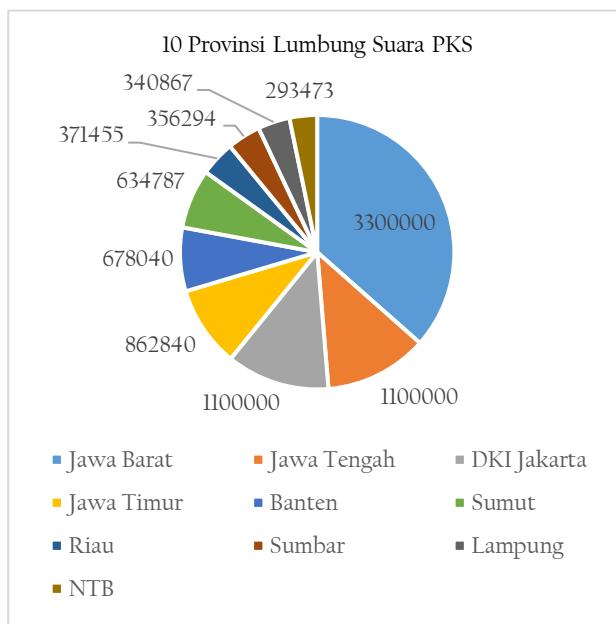
pengumpulan data dalam pendekatan penelitian kualitatif. Wawancara dan pengamatan merupakan kedua cara yang sering digunakan dalam proses pengumpulan data. Dalam penelitian ini, peneliti akan memilih tipe wawancara satu lawan satu, dengan tujuan agar bisa mendapatkan informasi yang lebih mendalam. Kemudian dalam penentuan informan peneliti menggunakan teknik *purposive*, ini dilakukan karena peneliti akan lebih mudah dalam mendapatkan informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian. Mekanisme wawancara yang akan dipilih adalah dengan dua opsi, pertama melalui tatap muka langsung dengan narasumber atau menggunakan media pendukung salah satunya melalui telepon atau aplikasi chatting.

Kedua: Proses analisis data merupakan salah satu proses yang sangat penting dalam sebuah penelitian, dimana setelah kita mengumpulkan data dari informan kita mengolah data tersebut. Secara sederhana analisis data dimulai dari proses pengorganisasian, mereduksi data, dan kemudian penyajian data. Seiring berjalanannya waktu, proses analisis data ini mengalami perkembangan pada setiap pendekatan. Dalam penelitian ini, peneliti mengutip teknik analisis data yang disampaikan oleh Creswell (2014), ada lima tahapan dalam menganalisis data diantaranya mengorganisasikan data, memoing, kemudian mengklasifikasikan data menjadi kode dan tema, menafsirkan data, yang terakhir adalah menyajikan dan memvisualisasikan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

DPW PKS Jawa Barat membagi konstituen ke dalam tiga kategori: (1) orang yang memilih partai; (2) yang memiliki anggota legislative fraksi PKS dan mereka kalah, namun setelah pemilu mereka masih suka mengikuti agenda agenda partai; (3) mereka yang memilih anggota legislative fraksi PKS dan mereka menang. Dari ketiga kategori tersebut, DPW PKS Jawa Barat harus bisa menjaga semua konstituen. Anggota legislative yang telah memenangkan pemilu bisa dengan mudah menjaga komunikasi konstituen melalui agenda kedewanan seperti halnya reses.

Pemilu 2019 merupakan tahun yang baik bagi PKS dalam hal kontestasi politik, baik itu di Jawa Barat ataupun di Nasional. Di Jawa Barat mengalami peningkatan hamper 100 % walaupun sebelumnya ditargetkan mendapatkan sebanyak 24 kursi. Perolehan PKS di Jawa Barat hanya dikalahkan oleh Gerindra yang berhasil mendapatkan 25 kursi. Berbeda dengan PDIP yang justru stagnan dengan perolehan 20 kursi, sama dengan perolehan kursi pada pemilu sebelumnya (CNN, 2019). Skala nasional Jawa Barat menjadi salah satu daerah yang menyumbang suara terbanyak bagi PKS dalam pemilu 2019. Berdasarkan data yang dimuat dalam Badan Pusat Statistik, PKS berhasil mendapatkan setidaknya 3.3 juta jumlah suara, menjadikannya Jawa Barat sebagai peringkat pertama selaku daerah paling banyak menyumbang suara bagi PKS.. Daerah yang menyumbang suara terbanyak kedua adalah Jawa Tengah dengan jumlah suara sebanyak 1.1 juta suara (KataData, 2022). Kemudian terdapat jarak yang cukup jauh dengan perolehan suara di daerah lain.



Gambar 2. Data Lumbung Suara PKS

Jawa Barat adalah lumbung suara bagi PKS, dilihat dari perolehan suara cukup signifikan yang ditunjukkan dalam data perolehan suara. Perolehan hasil seperti ini didorong oleh kesolidan dari kader PKS itu sendiri dalam mendukung dan mengkampanyekan PKS pada setiap pemilu. Iklim seperti ini harus terus dijaga oleh PKS sebagai sebuah partai besar, PKS harus bisa menjaga pemilih yang sudah memilih PKS, dan juga harus terus beradaptasi agar bisa mendapatkan pemilih pemula. Selain itu juga perolehan suara PKS di Jawa Barat didukung oleh daerah-daerah yang menjadi basis masa PKS, dilihat dari perolehan jumlah kursi DPRD Kabupaten/Kota, selain itu juga basis masa ini didukung dengan adanya kepala daerah yang dipimpin langsung oleh kader yang berasal dari PKS dan terjadi dalam satu atau dua periode.

Depok adalah salah satu basis dari PKS, dimulai pada pemilihan kepala daerah pertama sampai dengan sekarang PKS masih menjadi partai yang tak terkalahkan di Depok. Bermula pada Pilkada pada tahun 2005 dimana PKS mengusungkan calon Nurmahmudi Ismail dengan Yuyun Wirasaputra, mereka hanya diusung PKS, namun berhasil memenangkan Pilkada. Pada Pilkada selanjutnya, Nurmahmudi Ismail kembali maju berpasangan dengan Muhammad Idris yang memiliki latar belakang sebagai ulama. Pasangan ini berhasil menang mudah dengan perolehan suara lebih dari 60% mengalahkan wakilnya yang memutuskan untuk maju yaitu Yuyun Wirasaputra. Kedigdayaan PKS dilanjutkan pada pilkada tahun 2016 dimana Muhammad Idris berpasangan dengan Pradi dari Gerindra, kemenangan ini tidak membuat hubungan mereka harmonis dan maju kembali pada Pilkada 2021, Pradi akhirnya memilih keluar koalisi dengan PKS dan maju dengan Pasangan Afifah, pasangan ini diusung oleh partai-partai besar dan gemuk karena diisi oleh banyak nama partai besar. PKS akhirnya menunjuk Imam Budi Hartono yang merupakan kader asli PKS. Melawan kekuatan koalisi besar tidak membuat mereka keok, justru kembali meraih kemenangan (Kompas, 2020).

Selaras dengan kemenangan pada ranah eksekutif, PKS juga berhasil memenangkan kursi maksimal dalam pemilihan legislative tingkat kabupaten/kota. Dimana PKS berhasil

mendapatkan 12 kursi dari total keseluruhan 50 kursi. Kemenangan pada pilkada dan pemilu Depok menjadi bukti masih kuatnya mesin politik PKS di Depok. Keretakan hubungan antara Pradi dan Muhammad Idris tidak menggubris suara PKS. Kekuatan akar rumput politik PKS di Depok juga tidak diragukan lagi. Dengan adanya fenomena ini terdapat dua pertanyaan penting yang harus dijawab oleh PKS, pertama bagi PKS apakah bisa mempertahankan basis masa konstituen sehingga bisa konsisten memenangkan setiap Pilkadapilkada ke depan. Dan bagi partai lain bisakah mendobrak tembok kokoh dan tebal PKS di Depok, dan untuk pertama kalinya menggeser tahta politik PKS di Depok ([Kompas, 2019](#)).

Kota Bandung menjadi salah satu kota menarik dimana PKS bisa unjuk gigi dalam kontestasi politik di kota tersebut. Setelah Ridwan Kamil memutuskan untuk maju dalam pemilihan gubernur, akhirnya H Oded M Daniyal yang sebelumnya menjadi wakil wali kota memutuskan maju berkoalisi dengan Gerindra yang mengusung Yana Mulyana. Oded-Yana berhasil memenangkan pilkada cukup telak dengan perolehan suara sebanyak 50%, mengalahkan dua pasang calon lain yaitu Nurul Arifin-Chairul Yaqin yang diusung oleh Golkar, Demokrat, PKB, dan pasangan calon Yossi Irianto-Aries Supriatna yang diusung PDIP, Hanura, PPP, dan Nasdem ([Kompas, 2018](#)). Kemenangan PKS di jalur eksekutif melalui Oded Yana dibarengi dengan kemenangan PKS dalam pemilihan legislatif tingkat kota Bandung. PKS berhasil meraih jumlah kursi terbanyak DPRD Kota Bandung. PKS mendapatkan kursi di DPRD sebanyak 13 kursi, jumlah ini meningkat lebih dari 100%, sebelumnya hanya meraih sebesar 6 kursi ([DPRD, 2019](#)). Perolehan ini selaras dengan survei yang dilakukan pada tahun 2014 dimana Kota Bandung masih menjadi kota potensial bagi PKS, dimana survei pada waktu itu menyatakan PKS menjadi partai yang stabil dari segi elektabilitas ([Antara, 2014](#)).

Kota Bekasi sebelum Pilkada era sekarang dipimpin oleh wakil wali kota dari kader PKS yaitu Ahmad Syaikhu. Pasangan Effendi Syaikhu berhasil menang dan menjabat dari tahun 2013 sampai pada tahun 2018. Namun sayang, Ahmad Syaikhu terpilih untuk maju dalam pemilihan Gubernur Jawa Barat pada tahun 2018 dan hanya berhasil menduduki peringkat kedua, kalah dari pasangan Ridwan Kamil-UU Ruzanul Ulum. Pada Pemilu tahun 2019 PKS berhasil memenangkan kursi DPRD terbanyak menggeser dominasi PDIP. PKS berhasil mendapatkan kursi DPRD Kota Bekasi sebanyak 12 kursi, mengalami peningkatan dari pemilu sebelumnya yang hanya mendapatkan 7 kursi ([Kompas, 2019](#)).

Pada pemilihan kepala daerah serentak tahun 2020, PKS menjadi salah satu partai dengan capaian yang cukup baik dibandingkan dengan capaian partai lain. Dari 8 daerah yang melaksanakan Pilkada serentak PKS berhasil memenangkan 6 daerah. Dalam Pilkada serentak ini tidak semua yang diusung PKS berasal dari kader asli PKS, hanya ada dua daerah yang berasal dari kader PKS asli, yaitu Kota Depok dan Kabupaten Karawang, lainnya seperti Tasikmalaya, Pangandaran, Kabupaten Sukabumi, dan Kabupaten Bandung berasal dari tokoh partai lain ([Detiknews, 2020](#)).

Bagi DPW PKS Jawa Barat bermedia sosial menjadi sebuah keniscayaan pada era sekarang. Pada saat penelitian ini dilakukan, *Instagram* PKS Jabar telah memiliki pengikut sebanyak 7847 dan telah membuat sebanyak 1515 konten. Jenis konten yang terdapat dalam akun *Instagram* PKS Jabar beraneka macam, mulai dari isu-isu yang sedang dibicarakan oleh

masyarakat, sampai kepada agendaagenda yang dilakukan oleh anggota atau kader PKS. Konten yang disajikan oleh *Instagram* DPW merupakan sebuah pesan politik yang disampaikan oleh DPW PKS Jabar. Walaupun begitu PKS mengakui kalau mereka bisa dikatakan cukup terlambat dalam menggunakan dan memanfaatkan media sosial dalam agenda politiknya. Dimana baru ada arahan secara structural mengenai penggunaan media sosial pada tahun 2015. Sebelum tahun 2015, penggunaan media sosial lebih bersifat personal atau hanya kader sendiri yang menggunakan media sosial. Penggunaannya pun tidak begitu baik, kader PKS terjebak dalam narasi hoax yang membuat nama PKS tercoreng. Para kader sering menyebarkan informasi yang masih belum tentu kebenarannya di media sosial, yang ternyata informasi tersebut sifatnya hoax atau kabar bohong. Dengan adanya peristiwa ini membuat PKS berbenah dalam penggunaan media sosial oleh para kadernya. Akhirnya pada tahun 2015 PKS mestrukturisasi penggunaan media sosial.

PKS sadar penggunaan media sosial pada era saat ini merupakan sebuah hal yang cukup krusial. Ketua DPW PKS Jawa Barat Bapak Haru Suandharu menyampaikan sebuah quotes dari Eep Saeful Fatah, mengatakan bahwa "sebuah partai politik yang tidak menggunakan media sosial pada saat ini itu seperti berpidato di Gelora Bung Karno, namun tidak menggunakan pengeras suara". Artinya kedudukan media sosial saat ini cukup penting, untuk itu perlu adanya penggunaan dan pemanfaatan yang maksimal oleh partai politik. Ketika partai politik tidak menggunakan media sosial, maka partai itu akan habis dimakan waktu. Media sosial sekarang memiliki cakupannya bahkan perdetik bukan lagi menit, dimana dalam satu detik saja partai politik mengupload sebuah konten maka sudah bisa dilihat oleh seluruh pengunjung maya dari seluruh dunia. Virus viral menjadi satu hal yang sering kita bicarakan pada saat ini, dimana para konten *creator* berlomba untuk bisa mendapatkan virus viral tersebut. Partai politik harus sadar dan paham akan situasi seperti ini. Untuk itu perlu adanya sumber daya yang bisa mengelola media sosial, agar bisa memberikan dampak yang positif bagi partai politik. Sumber daya itu sendiri adalah orang yang mengerti dan paham mengenai cara kerja dari media social.

Pemanfaatan Instagram untuk Menganalisis Masalah yang Dialami PKS Jawa Barat dalam Menjaga Konstituen

Penggunaan media sosial oleh PKS dalam menjalankan aktivitas politik bisa dibilang cukup telat, pada tahun 2008 sampai 2009 mereka masih menggunakan cara kampanye konvensional. Mereka masih menggunakan mekanisme pintu ke pintu dalam mempromosikan program atau mempromosikan calon legislatifnya. Menyebarluaskan brosur dan membagikan pamflet menjadi cara yang masih sering dilakukan oleh PKS pada saat itu, cara ini disebut sebagai serangan darat. Pada tahun ini PKS masih mempelajari mengenai apa itu media sosial, karena pada sebelumnya mereka belum mengetahui mengenai dunia media social.

Ada dua cara dalam menganalisis masalah yaitu PEST (*Political, Economic, Social, Technology*) dan SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threats*) ([Venus, 2012](#)). Dalam metode PEST pelaku memerhatikan empat aspek dalam menganalisis masalahnya. Aspek politik mencakup aturan-aturan pemerintah yang berlaku pada saat itu yang berkaitan dengan program-program partai atau yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan kampanye politik. Aspek politik juga

memerhatikan kondisi kestabilan politik dan pemerintahan. Aspek ekonomi merupakan kondisi ekonomi secara keseluruhan meliputi nilai tukar mata uang, inflasi, kondisi perekonomian global serta harga sumber daya. Aspek sosial mencakup gaya hidup, pola hidup, pendidikan, perilaku sosial, dan perkembangan populasi. Terakhir teknologi berkaitan dengan perkembangan teknologi.

SWOT mencangkap empat aspek, (1) *Strength* atau kekuatan yaitu modal usaha yang dimiliki oleh komunikator; (2) *Weaknesses* atau kelemahan, hal ini merupakan salah satu aspek untuk mengetahui tentang kelemahan kita, dengan demikian kita bisa menghindari hal-hal apa saja yang tidak bisa dilakukan; (3) *Opportunities*, adalah peluang, kita bisa menganalisis hal-hal yang bisa kita ambil; (4) *Threats* atau tantangan adalah aspek yang bisa kita persiapkan mengenai apa saja yang akan kita hadapi.

Dalam menganalisis masalahnya PKS lebih mendekati ke dalam cara analisis PEST. Keempat aspek yang ada dalam analisis PEST menjadi aspek analisis masalah DPW PKS Jawa Barat. Adanya UU ITE membuat DPW PKS berhati-hati dalam menyampaikan pesan politik. Divisi hubungan masyarakat DPW PKS Jawa Barat membuat aturan untuk tidak membicarakan partai lain dan tidak menyampaikan pesan negatif. Aspek ekonomi DPW PKS tidak terlalu menjadi salah satu bahan analisis, terkecuali dalam aspek gaji pegawai, dikarenakan sifatnya sukarela maka tidak ada nilai gaji yang mengikat. Aspek sosial menjadi salah satu bahan analisis yang cukup kuat, terutama dalam ranah jagat maya. Perilaku netizen serta perilaku actor komunikasinya. Aspek teknologi berkaitan dengan penggunaan media sosial oleh DPW PKS Jawa Barat. Bagaimana DPW PKS bisa mengembangkan dan memstrukturisasi penggunaan media sosial dengan membuat tim khusus mengenai penggunaan media sosial.

Walaupun PKS bisa dikatakan telat dalam menggunakan media sosial, namun apa yang dilakukan oleh PKS adalah sebuah suatu hal yang benar. Sebagai sebuah partai politik yang memiliki basis massa cukup besar, perlu adanya transisi media komunikasi politik partai. Penggunaan media komunikasi konvensional cenderung kurang efektif dan efisien. PKS menggunakan cara konvensional dengan mendatangi dari pintu ke pintu akan membutuhkan sumber daya yang cukup banyak agar jangkauan yang dicapai bisa lebih luas, begitupun dengan dana yang dibutuhkan akan jauh lebih besar karena harus mencetak brosur atau pamflet. Berbeda ketika PKS bisa menggunakan media sosial, dengan karakter media sosial yang memiliki jangkauan lebih luas, bisa memudahkan PKS dalam mempromosikan program atau calon, baik itu calon anggota legislatif ataupun calon kepala daerah. Dari segi materil, media sosial bisa menekan biaya dalam hal pembuatan sebuah konten. Ketika menggunakan brosur atau pamflet akan menekan biaya percetakan, media sosial bisa hanya dengan membuat satu desain konten bisa dibagikan ke banyak pengguna media sosial lain.

Pemanfaatan Instagram untuk Menyusun Tujuan PKS Jawa Barat

Salah satu tujuan PKS dalam menggunakan media sosial adalah menang dalam setiap kontestasi politik, termasuk pada tahun 2024. Sebelum itu PKS menekankan kepada semua kader dan strukturnya untuk bisa memaksimalkan media sosial. Semua struktur baik dari pusat sampai ke yang paling bawah harus memiliki media sosial, patut dipertanyakan jika ada

bagian dari struktur PKS yang tidak memiliki media sosial. Hal ini bertujuan agar semua elemen dari PKS bisa menyampaikan suara atau informasi kepada masyarakat. Mengingat media sosial ini memiliki jangkauan yang cukup luas dan bersifat massif. Keseriusan PKS dalam media sosial diwujudkan dengan pembentukan tim media baru pada tahun 2015. Tim ini bertugas untuk mempelajari dan mendalami seluk beluk tentang media sosial. Saat ini tim media baru yang memegang kendali akan media sosial PKS terutama DPW PKS Jawa Barat. Pembentukan tim merupakan salah satu bentuk pembaharuan PKS yang pada awalnya hanya terpusat pada cara-cara konvensional saja.

Narasumber lain mengatakan PKS sebagai partai politik memiliki kewajiban untuk melakukan komunikasi politik dan pendidikan politik. Dengan adanya media sosial *Instagram* bisa dijadikan sebagai salah satu tempat untuk menyampaikan pesan politik. Tujuan PKS menggunakan media sosial *Instagram* adalah untuk menyampaikan kiprah PKS dalam dinamika politik, baik aspek nasional ataupun daerah. Apapun kebijakan atau keputusan yang PKS pilih harus dibicarakan kepada masyarakat dan konstituen, media sosial *Instagram* menjadi salah satu media untuk menyampaikan hal tersebut. Salah satu contohnya adalah pada saat pemerintah pusat menaikkan harga BBM bersubsidi, PKS menjadi salah satu partai yang menolak kenaikan tersebut. Semua konten media sosial termasuk *Instagram* mempublish konten yang berkaitan dengan penolakan kenaikan harga BBM bersubsidi. Konten penolakan kenaikan harga BBM bersubsidi ini berhasil viral dan menarik perhatian publik. Bukan hanya tentang kenaikan harga BBM bersubsidi, posisi PKS sebagai salah satu partai oposisi pemerintah pun harus disampaikan kepada publik, mengapa PKS mengambil arah oposisi. *Instagram* ini menjadi media penting bagi PKS dalam menyampaikan sikap politiknya.



Gambar 3. Penolakan Kenaikan BBM oleh PKS
Sumber: instagram.com/pkjabar

PKS menilai mengenai tujuan dalam menggunakan media sosial bukan hanya jangka pendek lima tahunan saja, melainkan dalam jangka panjang beberapa tahun ke depan. Penggunaan media sosial *Instagram* harus senantiasa berkesinambungan, harus terus berlanjut dengan memperhatikan apa yang sedang terjadi saat ini. PKS terus mengevaluasi dalam penggunaan media sosial *Instagram*, apa saja yang masih kurang dan apa saja yang perlu ditambahkan agar akun *Instagram* DPW PKS Jawa Barat bisa terus diperbaharui. Bukan hanya di akun media sosial partai, hal ini berlaku juga bagi personal kader atau anggota PKS

terutama bagi yang sedang menjadi wakil rakyat untuk terus aktif menggunakan media sosial mereka. Mereka diharapkan bisa memaksimalkan media sosial *Instagram* agar kanal-kanal informasi bisa terus tersalurkan kepada masyarakat dan konstituen.

Klasifikasi Target Dalam Penggunaan Instagram oleh DPW PKS Jawa Barat

Target yang dituju oleh DPW PKS Jawa Barat adalah kalangan milenial dan gen z. Sesuai dengan pasar dari *Instagram* itu sendiri dimana lebih banyak digunakan oleh anak-anak muda. Maka dari itu, konten-konten yang dibuat dalam *Instagram* pun dibedakan dengan media lain. Tak jarang dari konten yang dibuat menimbulkan pro dan kontra di kalangan kader PKS yang masuk kategori generasi tahun 70an. Mereka memprotes mengenai konten yang aneh dan juga caption nyeleneh, namun pihak Humas DPW PKS Jawa Barat menjelaskan bahwa itu semua dalam rangka menarik perhatian generasi milenial, maka dari itu lebih baik tidak ditonton. Ketua divisi Humas DPW PKS Jawa Barat memberikan kebebasan sepenuhnya kepada tim media sosial yang membuat konten, untuk membuat konten sekreatif mungkin, karena anak muda akan lebih memahami dinamika anak muda yang terjadi saat ini. DPW PKS membuat konten bukan hanya memperlihatkan bahwa sejatinya mereka aktif, namun mereka berusaha untuk menarik masa yang baru agar bisa lebih tertarik lagi kepada PKS.



Gambar 4. Sosialisasi Kegiatan DPW PKS Jabar Melalui Instgram

Sumber: [instagram.com/pksjabar](https://www.instagram.com/pksjabar)

PKS adalah satu partai yang memiliki latar belakang Partai Islam. Klasifikasi target PKS merujuk kepada semua latar belakang, bukan hanya bagi mereka orang-orang kader PKS saja. Jadi di samping bertujuan untuk mempertahankan konstituen, dengan adanya *Instagram* ini bisa untuk menarik perhatian para pemilih baru ataupun orang-orang yang sebelumnya belum memilih PKS. Disampaikan pula oleh ketua DPW PKS Jawa Barat Bapak Haru Suandharu terkadang seseorang sungkan dalam memperlihatkan kesukaannya terhadap PKS, untuk itu perlu adanya bentuk konten yang tidak memperlihatkan secara utuh mengenai PKS agar mereka bisa menambah ketertarikan terhadap PKS.

<https://doi.org/10.58835/jspi.v3i2.138>

Sekretaris DPW PKS menginginkan target bisa mencapai ke semua segmen, untuk itu PKS memberikan beberapa kanal bagi beberapa golongan sosial di masyarakat, seperti golongan petani, buruh, nelayan, ketahanan keluarga, serta wirausaha. PKS memiliki agenda tersendiri dari masingmasing segmen yang ada di dalam struktur partai. Aktifitas partai yang berkaitan dengan bidangbidang tersebut di publish melalui akun media sosial *Instagram* DPW. Usaha ini merupakan salah satu cara untuk memperluas segmentasi PKS di masyarakat. Dengan demikian sumber suara tidak hanya berasal dari satu golongan saja, semakin besar suatu partai dalam memperluas segermentasinya maka semakin baik.

Pembuatan Pesan dalam Instagram Oleh DPW PKS Jawa Barat

Pesan yang dibuat oleh DPW PKS Jawa Barat dalam setiap konten di *Instagram* bisa dibagi ke dalam beberapa jenis pesan. Bisa dalam bentuk grafis atau video, kemudian untuk susbtansi atau materi yang disampaikan, bisa dalam bentuk isu yang tengah beredar di masyarakat kemudian diolah dan dibagikan melalui *Instagram*. selain itu, pesan yang dibuat bisa dalam bentuk membagikan agenda yang tengah dilakukan oleh para kader PKS ataupun agenda para anggota legislative PKS Jawa Barat.



Gambar 5. Menyampaikan pesan kepada para kader dan diunggah di instaram PKS Jabar

Sumber: [instagram.com/pksjabar](https://www.instagram.com/pksjabar)

Tugas yang implisit dari semua penyampaian pesan ini adalah bagaimana DPW PKS Jawa Barat bisa menjaga citra di masyarakat melalui *Instagram* itu sendiri. Karena karakteristik media sosial yang bisa menjangkau ke segala penjuru dunia, mendorong para pengguna untuk berhati-hati. Ketika melakukan sebuah kesalahan dalam penyampaian pesan maka bukan tidak mungkin bisa menjadi viral dan akan merusak citra PKS. Untuk itu yang dilakukan oleh DPW PKS Jawa Barat adalah selalu membuat pesan positif dalam setiap konten yang dibuat di akun DPW PKS Jawa Barat. Hal ini pula berlaku ketika kampanye politik dilakukan, ada tiga jenis kampanye: kampanye positif, kampanye negative, dan kampanye hitam. Kampanye negatif adalah kampanye dimana masih terdapat fakta dalam materi kampanye, namun sifatnya menjelekkan atau

Refi Gilang Maulana dan Yusa Djuyandi 83

menjatuhkan. Kemudian kampanye hitam adalah kampanye yang dilandasi oleh kebencian dan tidak ada fakta dalam materi kampanyenya. PKS selalu menghindari kedua jenis kampanye ini, mereka belajar pada saat sebelum tahun 2015, dimana kader-kader mereka menyebarkan informasi hoax melalui media sosial. Orang-orang akan cenderung mudah memperhatikan PKS ketika PKS melakukan kesalahan karena yang dibawa oleh PKS adalah moral value sebagai Partai Islam, maka dari itu ketika PKS mengalami masalah oleh kader-kader public akan mudah melihat PKS, berbeda dengan partai lain. seperti halnya dalam kasus korupsi, orang-orang akan langsung melihat PKS sebagai partai Islam, dibandingkan dengan partai lain.

Dalam pembuatan konten di akun *Instagram* DPW PKS Jawa Barat terdapat beberapa alur yang dibuat. Pertama tim riset dan monitoring meriset mengenai isu apa saja yang sebaiknya di keluarkan ke publik. Setelah diklasifikasi mengenai isu mana saja yang bisa di publish, materi tersebut diserahkan kepada tim PNK untuk diolah apakah dalam bentuk grafis atau video, ketika dalam bentuk grafis dan membutuhkan foto maka akan mencari foto begitupun video, maka mereka akan mencari bahan video. Setelah diolah dan jadi, maka bahan konten ini diserahkan kepada bagian media baru untuk kiranya di publish melalui media sosial mana. Namun, dari alur yang seperti ini tidak menjadi sebuah mekanisme yang bersifat kaku, terkadang isu yang diangkat bukan isu yang telah diriset sebelumnya, karena terkadang dalam proses mekanisme tersebut muncul sebuah isu yang sangat urgent untuk diangkat ke publik.

DPW PKS Jawa Barat menjadikan pesan dalam *Instagram* sebagai media untuk merespon isu-isu yang tengah berjalan di masyarakat. Seperti isu kanjuruhan, isu kenaikan bbm, sehingga dari adanya isu ini menghasilkan sikap politik. Sedangkan untuk bentuk pesan yang dibuat bisa menggunakan media gambar atau grafis, bisa juga dengan menggunakan video. Namun dilihat dari respon yang diberikan oleh public, netizen cenderung lebih menyukai pesan yang disampaikan dengan melalui video.

Penyusunan Strategi dan Taktik dalam Penggunaan Instagram oleh DPW PKS Jawa Barat

Untuk strategi yang dilakukan oleh DPW PKS Jawa Barat adalah apa yang disajikan di dalam konten *Instagram* harus disesuaikan dengan target pasar yang akan menerima konten tersebut. Seperti salah satunya mengenai bahasa yang digunakan tidak terlalu kaku, harus disesuaikan dengan bahasa anak-anak muda. Konten yang disajikan jangan terlalu serius, ini mengingat pengguna *Instagram* yang cenderung tidak terlalu suka hal yang terlalu serius, mereka lebih menunggu konten konten yang lebih segar dan kreatif. Berbeda dengan media sosial lain seperti *Twitter* misalnya. Klasifikasi pengguna *Instagram* ini lebih mengarah kepada anak-anak muda dan orang-orang yang cenderung masih belum lama menikah. Untuk itu perlu dan harus ada klasifikasi mana yang harus di publish oleh *Instagram* mana yang harus dipublis oleh *Facebook* yang penggunanya lebih masuk ke dalam kategori generasi z.

Agar konten yang disajikan berkualitas DPW PKS dipimpin oleh ketua DPW setiap pekan melakukan diskusi, Ketua DPW berperan seperti ketua redaktur. Kira-kira isu mana yang akan di publish, pertanyaan seperti apa yang harus dijawab, apakah membutuhkan pakar mana yang bisa menjawab pertanyaan seperti itu. Hal ini harus dipersiapkan karena jangan sampai sebuah akun *Instagram* partai politik melakukan blunder dengan menyajikan informasi yang kurang tepat. Pada awalnya ingin

mendapatkan simpati malah mendapatkan antipasti dari public. Adanya diskusi dan rapat agar informasi yang dikeluarkan bersifat satu arah, tidak ada perbedaan yang sangat mencolok dengan akun PKS yang lain. Dengan demikian akan tercipta diskusi, obrolan, dan masukan. DPW PKS berharap tidak semua konten *Instagram* sifatnya receh, ada nilai yang disampaikan. Seperti inilah kondisi perpolitikan saat ini yang tidak bisa dilepaskan dari media sosial, maka harus ada pengelolaan yang baik mengenai media sosial.

Selain dari bagaimana strategi dalam menyusun dan menyajikan konten, DPW PKS Jawa Barat juga menjelaskan mengenai bagaimana strategi dalam memelihara akun media sosial *Instagram*. Salah satu caranya adalah dengan tidak memainkan jumlah angka suka dan pengikut pada akun *Instagram* yang bersangkutan. Karena banyak di luar sana akun pengguna *Instagram* dengan jumlah pengikut yang banyak, namun hasil permainan sistem. Hal ini akan berpengaruh pada keabsahan akun jika ingin terverifikasi. Sedangkan verifikasi akun pengguna memiliki peran yang cukup penting dalam menarik kepercayaan public di dunia maya.

Strategi dan taktik merupakan dua hal yang berbeda, namun saling berhubungan. Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang akan diterapkan dalam kampanye, dalam istilah lain disebut juga sebagai guiding principle atau the big idea. Jadi strategi merupakan pendekatan yang diambil untuk meraih sesuatu dari posisi sekarang yang disusun berdasarkan analisis masalah dan tujuan yang telah dibuat dan disepakati sebelumnya. Taktik adalah langkah nyata atau konkret yang dilakukan oleh sebuah partai untuk menerapkan strategi tersebut (*Venus, 2012*). Jadi bila kita analisa mengenai apa yang dilakukan oleh DPW PKS terhadap akun media sosial *Instagram*nya, strategi DPW PKS Jawa Barat adalah membentuk akun *Instagram* yang menarik, untuk mendapatkan perhatian dari konstituen ataupun di luar konstituen. Maka taktik yang dilakukan oleh DPW PKS Jawa Barat adalah membuat konten yang menarik, tidak terlalu formal, membuat caption yang menarik, menggunakan bahasa yang tidak kaku

Pembagian Waktu dan Tenaga Kerja dalam Penggunaan Instagram oleh DPW PKS Jawa Barat

Pengelolaan media sosial termasuk *Instagram* di DPW PKS Jawa Barat berada dalam wewenang dan tugas divisi hubungan masyarakat. Dalam satu divisi hubungan masyarakat terdiri atas ketua divisi, wakil ketua divisi, dan sekretaris divisi. Kemudian di bawahnya terdiri atas empat deputi. Pertama deputi publisitas dan hubungan media, tugas dari deputi ini adalah mempublikasi kegiatan dan orang yang bertanggung jawab dalam memelihara relasi dengan wartawan, bertemu dengan redaktur, yang terakhir adalah mengelola website. Kedua deputi pelatihan dan komunikasi, humas ini bukan hanya berada di DPW namun menyebar ke semua struktur partai, untuk itu perlu adanya pelatihan humas yang menyeluruh. Di dalam deputi P&K ini didalamnya terdapat beberapa relawan, seperti relawan literasi, kemudian PKS TV, PKS art, dan yang terakhir PKS Foto. Ketiga ada deputi riset dan media monitoring yang tugasnya adalah meriset isu yang terjadi selama sepekan untuk kiranya isu mana yang akan diambil dan direkomendasikan untuk dijadikan konten. Terakhir media baru adalah deputi yang mengurus tentang media sosial, segala macam hal berkaitan dengan media sosial berada di bawah wewenang media baru. Dari seluruh pihak yang masuk dan menjadi anggota

dari struktur DPW PKS Jawa Barat ini bersifat sukarelawan dalam arti tidak di bayar seperti pegawai profesional. Karena di PKS lebih menekankan kepada bentuk aktualisasi diri.

Bentuk Evaluasi DPW PKS Jawa Barat Terhadap Penggunaan Instagram

Untuk PKS sendiri, evaluasi yang dilakukan berupa *manual report*, apa yang sudah dilakukan oleh Humas. Dalam proses evaluasi tersebut bisa memungkinkan terjadinya pergantian posisi. Humas sendiri terdapat mekanisme evaluasi tersendiri secara nasional. Agenda evaluasi tersebut diberi nama PR Summit, dalam agenda tersebut diperlihatkan secara terbuka mengenai akun media sosial DPW PKS se-Nasional. Mana saja akun yang ternyata memiliki indikasi dimainkan, dan bagi yang sudah menjalankan tugasnya dengan baik maka akan diberikan penghargaan. Dan DPW Jawa Barat menjadi salah satu DPW yang pernah mendapatkan penghargaan tersebut.

Di dalam DPW PKS Jawa Barat sendiri setiap bulan mengadakan rapat pleno, membahas apa saja yang sudah dilakukan selama satu bulan. Bukan hanya bagi Humas, namun bagi semua bidang yang ada dalam struktur DPW PKS Jawa Barat. Evaluasi ini tentunya didasarkan atas apa yang sudah direncanakan sebelumnya, apakah semua yang sudah direncanakan bisa berjalan dengan baik. Terutama berkaitan dengan pengangkatan isu di setiap bulannya, PKS harus menjadi yang pertama dalam penyampaian isu di masyarakat. Di samping itu media PKS harus selalu kreatif dalam penyampaian pesan politiknya, agar bisa diterima baik di masyarakat.

Begitupun dengan peningkatan respon publik terhadap konten yang selama ini disajikan di *Instagram*. Jumlah like juga menjadi perhatian Ketua DPW PKS Jawa Barat. sehingga terus mendorong tim media melakukan sesuatu untuk terus meningkatkan jumlah respon masyarakat. Walaupun demikian ketua DPW tetap mengapresiasi tentang jumlah konten yang sudah dihasilkan oleh akun *Instagram* DPW PKS Jawa Barat. Harus ada perubahan dari bentuk konten, yang sebelumnya lebih menekankan pada peran partai, lebih ke penunjukkan peran personal agar orang-orang yang masih sungkan dengan kepartaian PKS bisa lebih tertarik lagi dengan PKS.

KESIMPULAN

Dari penelitian dan analisis yang telah peneliti lakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi politik yang telah dilakukan oleh DPW PKS Jawa Barat dengan menggunakan media sosial *Instagram* sudah cukup terstruktur. Baik itu dalam aspek sumber daya ataupun alur kerja sudah disusun oleh DPW PKS Jawa Barat. Penelitian ini hanya berfokus pada bagaimana strategi komunikasi politik oleh PKS Provinsi Jawa Barat melalui penggunaan media sosial *Instagram* untuk mempertahankan konstituen, dan hanya berfokus pada penggunaan media sosial *Instagram*, tidak dengan media sosial yang lain. Penggunaan media sosial *Instagram* DPW PKS Jawa Barat berada di bawah tanggung jawab divisi hubungan masyarakat, dimana dibawahnya terbagi ke dalam beberapa deputi yang memiliki tugas dan wewenang masing-masing. Tugas yang dimiliki berkaitan dengan produksi konten *Instagram*. Pesan yang disampaikan dalam *Instagram* bisa berupa gambar atau video, kemudian secara substansi dapat berupa isu sosial politik yang sedang berkembang di masyarakat atau publikasi agenda kepartaian. Dalam pembuatan satu konten

dalam *Instagram* terdapat beberapa alur, pertama tim riset dan monitoring akan mengklasifikasi isu dan menyerahkan isu tersebut kepada tim PNK untuk dibuatkan konten, setelah konten selesai maka diserahkan kepada tim media baru untuk di publish di semua media sosial DPW PKS Jawa Barat.

Konten *Instagram* disesuaikan dengan segmentasi target, yaitu anak-anak muda. Maka dari itu, DPW PKS Jawa Barat menyarankan untuk menggunakan bahasa yang tidak kaku dalam materi kontennya. Dari segi bentuk konten pun lebih bersifat fleksibel dan tidak terlalu serius. Evaluasi yang dilakukan oleh DPW PKS Jawa Barat yaitu dengan melakukan manual report berupa apa saja yang sudah dilakukan oleh humas DPW PKS Jawa Barat selama satu bulan. Kemudian untuk evaluasi humas secara nasional PKS memiliki satu acara yang Bernama PR Summit. Dimana dalam acara tersebut semua humas yang masuk ke dalam struktur PKS dari seluruh Indonesia hadir, untuk dilakukan evaluasi dan pemberian penghargaan.

REFERENSI

- A, T. Y. (2021). Strategi Komunikasi Politik Pemenangan Kepala Daerah. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 133-145.
- Akbar, N. A. (2022, April 20). Empat Tantangan Partai Islam Hadapi Pemilu 2024. Retrieved from republika.co.id: <https://www.republika.co.id/berita/ral5fg409/empat-tantangan-partai-islam-hadapi-pemilu-2024>
- Alfiyani. (2018). Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Politik. *Potret Pemikiran*.
- Antara. (2014, Maret 13). Survei: Kota Bandung Basis Suara PKS. Retrieved from anataranews.com: <https://jabar.antaranews.com/berita/47777/survei-kota-bandung-basis-suara-pks>
- CNN. (2019, Agustus 13). Gerindra dan PKS Patahkan Dominasi PDIP di DPRD Jawa Barat. Retrieved from cnnindonesia.id: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20190813180016-32-421001/gerindra-dan-pks-patahkan-dominasi-pdip-di-dprd-jawa-barat>
- CNN. (2020, Desember 11). Depok-Sumbar, Basis PKS dan Kaderisasi via Lipo. Retrieved from cnnindonesia.com: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/202012010183841-32-580662/depok-sumbar-basis-pks-dan-kaderisasi-via-lipo>
- Creswell, J. W. (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset Memilih Diantara Lima Pendekatan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- D.Joddi, M. F. (2020). Strategi Komunikasi Politik Partai Persatuan Pembangunan. *Hubungan Masyarakat*, 95-99.
- Detik. (2013, Maret 03). Hasil Rekapitulasi KPU, Aher-Deddy Pemenang Pilgub Jabar 2013. Retrieved from detik.com: <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-2184359/hasil-rekapitulasi-kpu-aher-deddy-pemenang-pilgub-jabar-2013>
- Detik. (2018, Juni 28). Hasil Survei dan Quick Count Beda, Sudrajat Kritik Penyurvei. Retrieved from detik.com: <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-4088252/hasil-survei-dan-quick-count-beda-sudrajat-kritik-penyurvei>
- Detiknews. (2020, Desember 10). PKS menang banyak di pilkada serentak Jabar versi quick count. Retrieved from detiknews.com: <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-5289627/pks-menang-banyak-di-pilkada-jabar-versi-quick-count>
- DPRD. (2019, Mei 7). PKS Raih Suara Terbanyak, Kuasai DPRD Kota Bandung. Retrieved from dprdkotabandung.go.id:

- <https://dprd.bandung.go.id/warta/pks-raih-suara-terbanyak-kuasai-dprd-kota-bandung>
- Faiza. (2019). STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PKS PADA PEMILIHAN UMUM (PEMILU) TAHUN 2019 DI KOTA PEKANBARU. *Jurnal Dinamika Pemerintahan*, 140-151.
- Haryanto, A. T. (2020, Februari 20). *Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia*. Retrieved from detik.com: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>
- Katadata. (2022, Oktober 17). *Jawa Barat Lumbung Suara Terbesar PKS pada Pemilu 2019*. Retrieved from katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/17/jawa-barat-lumbung-suara-terbesar-pks-pada-pemilu-2019>
- Kompas. (2008, April 23). *Heryawan Terpilih Sebagai Gubernur Jawa Barat*. Retrieved from kompas.com: <https://nasional.kompas.com/read/2008/04/23/01474559/her-yawan.terpilih.sebagai.gubernur.jawa.barat>
- Kompas. (2018, Juli 06). *Pilkada Bandung Oded-Yana Unggul Telak*. Retrieved from kompas.com: <https://regional.kompas.com/read/2018/07/06/10451531/pilkada-kota-bandung-oded-yana-unggul-telak>
- Kompas. (2019, Mei 15). *Geser PDIP PKS Kuasai Parlemen Kota Bekasi*. Retrieved from kompas.com: <https://megapolitan.kompas.com/read/2019/05/15/13384931/geser-pdi-perjuangan-pks-kuasai-parlemen-kota-bekasi?page=all>
- Kompas. (2019, Mei 20). *PKS Kuasai Kursi DPRD Kota Depok*. Retrieved from kompas.com: <https://megapolitan.kompas.com/read/2019/05/20/06122931/pks-kuasai-kursi-dprd-kota-depok?page=all>
- Kompas. (2020, Desember 16). *Idris-Imam Menang Pilkada, Kini Depok Menuju 20 Tahun "Milik" PKS*. Retrieved from kompas.com: <https://megapolitan.kompas.com/read/2020/12/16/07404801/idris-imam-menang-pilkada-kini-depok-menuju-20-tahun-milik-pks?page=all>
- Kompas. (2021, Februari 24). *Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia "Melek" Media Sosial*. Retrieved from kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>
- Meifilina. (2021). Media Sosial sebagai Strategi Komunikasi Politik Partai Golkar dalam Melakukan Pendidikan Politik. *jurnal komunikasi nusantara*, 101-110.
- Mustaqim. (2018). Strategi Komunikasi Pasca Kebenaran. *jurnal risalah dakwah*, 116.
- PKS, H. F. (2022, maret 29). *Bertemu Konstituen, Diah Nurwitasari: PKS Harus Tingkatkan Pelayanan dan Gaet Generasi Muda*. Retrieved from fraksi.pks.id: <https://fraksi.pks.id/2022/03/29/bertemu-konstituen-diah-nurwitasari-pks-harus-tingkatkan-pelayanan-dan-gaet-generasi-muda/>
- Politik, P. (2021, oktober 27). *Kenapa PKS Belum Bisa Menang?* Retrieved from pinterpolitik.com: <https://www.pinterpolitik.com/in-depth/kenapa-pks-belum-bisa-menang/>
- Suratno. (2020). PEMANFATAAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 89.
- Tribun. (2020, Desember 10). *Hasil Quick Count Pilkada Serentak 2020, PKS Menang di Enam Pilkada di Jawa Barat*. Retrieved from tribunnews.com: <https://jabar.tribunnews.com/2020/12/10/hasil-quick-count-pilkada-serentak-2020-pks-menang-di-enam-pilkada-di-jawa-barat>
- Venus, A. (2012). *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
- Wolfsfed, P. J. (2003). *Communication Politic In New Era*. New York: Routledge.
- Wulandari, R. (2021). DIGITAL STRATEGY OF POLITICAL COMMUNICATION MEDIA ON SOCIAL MEDIA. *jurnal komunikasi dan penyiaran islam*, 61-74.