

# Peran Kader Perempuan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Aktivitas Komunikasi Politik

Alifa Laili Faiza Cahyani<sup>a,1,\*</sup>, Fajar Junaedi<sup>b,2</sup>

<sup>a</sup> Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

<sup>b</sup> Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

<sup>1</sup> [l100237269@student.ums.ac.id](mailto:l100237269@student.ums.ac.id) \*; <sup>2</sup> [fajarjun@umy.ac.id](mailto:fajarjun@umy.ac.id)

\* [l100237269@student.ums.ac.id](mailto:l100237269@student.ums.ac.id)

---

## INFO ARTIKEL

### Riwayat Artikel:

Diterima: Desember 2023

Direvisi : Januari 2024

Disetujui: Februari 2024

---

### Kata Kunci:

Kader perempuan  
Komunikasi politik  
PDIP

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan peran kader perempuan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dalam aktivitas komunikasi politik. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode deskripsi dengan studi kasus. Sumber data penelitian ini yaitu narasumber atau informan dan aktivitas. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara dan observasi. Penelitian ini dilakukan di Sekretariat DPD PDIP DIY yang terletak di Jl. Tentara Rakyat Mataram No. 47, Bumijo, Kec. Jetis, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55231. Teknik analisis data menggunakan analisis kualitatif model Miles dan Huberman. Teknik validasi data yang digunakan yaitu teknik triangulasi data. Berdasarkan hasil dan pembahasan yang sudah diuraikan di atas maka dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa aktivitas komunikasi politik dilakukan informan untuk membentuk citra positif kepada pemilih atau masyarakat. Aktivitas komunikasi politik yang dilakukan oleh informan yaitu (1) retorika politik, (2) agitasi politik, (3) Propaganda Politik, (4) lobi politik, dan (5) iklan politik. Semua aktivitas komunikasi politik tersebut dilakukan oleh kader perempuan partai PDIP DIY tanpa menjatuhkan lawan politik. Aktivitas komunikasi politik ini dilakukan oleh kader perempuan PDIP DIY untuk menunjukkan bahwa eksistensi perempuan dalam dunia politik masih dapat berkiprah.

### Abstract:

*This research aims to describe the role of female cadres of the Indonesian Democratic Party of Struggle, Yogyakarta Special Region (DIY) in political communication activities. This research uses a qualitative research approach with a description method using case studies. The data sources for this research are sources or informants and activities. The data collection techniques used were interviews and observation. This research was conducted at the PDIP DIY DPD Secretariat which is located on Jl. Mataram People's Army No. 47, Bumijo, District. Jetis, Yogyakarta City, Yogyakarta Special Region 55231. The data analysis technique uses the Miles and Huberman model of qualitative analysis. The data validation technique used is the data triangulation technique. Based on the results and discussion described above, in this research it can be concluded that political communication activities are carried out by informants to form a positive image to voters or the public. Political communication activities carried out by informants are (1) political rhetoric, (2) political agitation, (3) political propaganda, (4) political lobbying, and (5) political advertising. All political communication activities were carried out by female cadres of the PDIP DIY party without bringing down political opponents. This political communication activity was carried out by female PDIP DIY cadres to show that the existence of women in the world of politics can still take part.*

### Keywords:

Female cadre  
Political communication  
PDIP

## I. Pendahuluan

Indonesia saat ini akan kembali memasuki tahun politik yaitu pemilu 2024 mendatang. Para politisi saat ini mulai mempersiapkan pemilu, setiap kandidat sudah pasti mempersiapkan 'pertandingan politik' bagi calon pemimpin yang akan diusungkan. Setiap pengusung partai tentu akan berlomba untuk mampu memenangkan kandidat yang diusungkan. Upaya paling utama yang dilakukan oleh para partai politik adalah menarik suara para pemilih untuk memilih mereka. Dalam praktik demokrasi, suara pemilih menjadi faktor penentu kemenangan. Untuk mendapatkan suara tersebut, tentunya calon pemimpin yang berkoalisi dengan partai akan menggunakan berbagai strategi dalam berbagai aktivitas komunikasi politiknya. Komunikasi politik sebagai bentuk proses penyampaian pendapat, aspirasi, dan sikap dari orang ataupun lembaga politik dalam rangka memengaruhi proses pengambilan keputusan politik (Susanto, 2013).

Melalui komunikasi politik itu pula jalan untuk mendapatkan suara yang banyak dapat diperoleh dengan optimal. Aktivitas komunikasi politik dapat dilakukan salahsatunya dengan orasi politik. Karena itulah komunikasi politik memegang peran penting dalam sistem politik (Nurussa'adah, 2020). Komunikasi politik ini menentukan elemen-elemen dinamis dalam politik dan menjadi bagian yang menentukan dalam proses sosialisasi politik, partisipasi politik, dan perekrutan politik (Rush & Althoff, 2008). Bambang Setiawan (dalam Susanto, 2013) berpendapat bahwa komunikasi politik ialah proses penyampaian opini, sikap, dan tingkah laku orang-orang, lembaga-lembaga atau kekuatan-kekuatan politik dalam rangka untuk mempengaruhi pengambilan keputusan politik, sedangkan yang dimaksud dengan politik ialah kehidupan bernegara. Adanya komunikasi politik, para calon pemimpin membentuk citra politik untuk menciptakan stabilitas politik dalam memenuhi tuntutan rakyat.

Partai-partai politik tentunya memiliki strategi-strategi tersendiri untuk memenangkan bakal calon yang diusungkan, salah satunya dengan peran serta partisipasi perempuan. Dalam aktivitas komunikasi politik, terdapat beberapa kegiatan sebagai strategi pemerolehan suara yaitu retorika politik, agitasi politik, propaganda politik, dan lobi politik. Menurut Littlejohn (dalam Arifin, 2011) kemampuan retorika digunakan individu dengan tujuan untuk mempengaruhi lingkungan sekitarnya, yang diaplikasikan melalui pidato di depan orang banyak. Menurut Herbert Blumer (1969) dalam (Arifin, 2011) Agitasi ialah sebuah kegiatan yang bertujuan untuk menggerakkan rakyat pada sebuah gerakan politik, baik melalui lisan atau tulisan yang memicu emosi khalayak. Propaganda politik yaitu kegiatan yang dilakukan politisi berupa penyampaian pesan melalui pendek dengan jangka waktu yang pendek Jacques Ellul (dalam Arifin, 2011). Sedangkan bahwa *Lobby* atau *Lobbying* merupakan suatu aktivitas dalam politik yang dilakukan untuk mempengaruhi pegawai umum dan khususnya anggota legislatif dalam pembuatan peraturan (Ramadhani et al., 2022).

Aktivitas-aktivitas tersebut tentunya dilakukan dengan berbagai cara agar jalan pemerolehan suara menjadi lancar salahsatunya melibatkan peran perempuan sebagai partisipasi politik. Melihat perempuan menjadi mayoritas pemilik suara terbanyak di Indonesia. Peran partisipan perempuan ini dilakukan melalui pembuatan kader perempuan dalam partai politik. Hal ini sejalan dengan pandangan Nimmo (2011) bahwa komunikasi politik secara terbuka mampu memengaruhi masyarakat untuk dapat terlibat dan ikut serta menekan partisipasi politik. Belakangan ini perempuan mulai masuk dalam ranah politik dan ikut aktif dalam mengikuti kegiatan-kegiatan politik. Fenomena keaktifan perempuan dalam ranah politik ditunjukkan melalui 57 % perolehan suara yang didominasi oleh perempuan karena total jumlah yang cukup banyak di Indonesia. Dengan jumlah penduduk di Indonesia mayoritas adalah perempuan dan tidak memperjuangkan suara perempuan, maka artinya akan menyingkirkan mayoritas penduduk Indonesia dalam pemilu (Zamroni et al., 2016). Hal tersebut ditunjang dengan adanya aturan dari pemerintah tentang kebijakan pemilu yang memperkuat keterlibatan perempuan yaitu, UU Pemilu No.10 tahun 2008 pasal 8 ayat (1) butir (d) menyatakan bahwa partai politik dapat menjadi peserta pemilu setelah memenuhi persyaratan dan menyertakan sekurang – kurangnya 30% keterwakilan perempuan pada kepengurusan partai tingkat pusat (Hasim, 2018; Rusianti, 2022). Hal – hal yang membuat pemenuhan kuota 30% keterwakilan perempuan dalam politik menjadi hal yang penting, diantaranya tanggung jawab dan kepekaan isu – isu kebijakan publik, *multitasking* dan mengelola waktu dengan baik (Adeni & Harahap, 2017).

Acuan dari kekuasaan yang demokratis ialah terdapatnya keberadaan negara yang baik serta didukung oleh masyarakat sipilnya yang kuat. Posisi masyarakat sipil yang utama ialah mengimbangi peran serta kontribusi yang dilakukan antara laki-laki dan perempuan di bidang politik. Persoalan yang datang kemudian ialah belum terdapat kesetaraan peran politik antara laki-laki dan perempuan (Budiatri, 2011). Beberapa pihak melihat sepak terjang perempuan di bidang politik merupakan hak, tetapi pihak lain beranggapan bahwa derap kegiatan perempuan di bidang politik ialah suatu usaha yang bersifat dipaksakan dan melanggar kodrat (Elizabeth, 2018). Banyak anggapan yang menyebut bahwa perempuan memiliki citra yang lebih rendah dibandingkan laki-laki di bidang politik. Permasalahan ini akan berdampak pada kaderisasi perempuan dalam aktivitas komunikasi politik.

Kader perempuan akan kesulitan dalam mendapatkan kepercayaan masyarakat untuk memperoleh suara yang banyak dalam aktivitas politik. Padahal seharusnya kaderisasi perempuan sebagai komunikator politik yang strategis untuk membentuk kebijakan politik yang keberpihakan dalam ekonomi masyarakat. Hal ini juga disampaikan dalam penelitian serupa yang dilakukan oleh Hubeis & Sumarti (2019) yang menyatakan bahwa kader perempuan dapat menjadi komunikator politik yang baik, misalnya dalam melakukan perannya untuk menghubungi pejabat pembuat kebijakan baik secara langsung atau melalui media lain dalam menyampaikan kepentingan mereka. Perempuan memiliki peran dan posisi penting sebagai masyarakat sipil yang berhak meletakkan diri untuk mendorong demokratisasi dan melakukan komunikasi untuk menyadarkan masyarakat bahwa mereka punya hak untuk didengar oleh negara (Adeni & Harahap, 2017; Ainiyah, 2017; Choiriyati & Wiendijarti, 2011; Sarinastiti, 2019; Zukhruf, 2012). Dari pemahaman – pemahaman tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa dalam aktivitas politik, faktor penentu bukan hanya dari kekuatan atau *personal branding* yang dimiliki oleh calon pemimpin daerah atau politisi tetapi juga kekuatan kepercayaan pemilik suara. Politisi perempuan yang menggunakan strategi dalam mendapatkan kepercayaan publik dengan mengincar suara dari perempuan selaku mayoritas penduduk Indonesia adalah hal yang strategis. Namun hal ini tentu akan memiliki hambatan-hambatan dalam setiap aktivitas politiknya. Pemahaman–pemahaman ini menjadi dasar penulis dalam merumuskan permasalahan penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan peran kader perempuan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Provinsi DIY dalam aktivitas komunikasi politik.

## II. Metode Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Menggunakan data berupa kata merupakan hal dalam penelitian kualitatif (Mahsun, 2019). Sutopo (2002) menyebutkan beragam jenis sumber data dalam penelitian kualitatif. Sumber dimaksud antara lain: (1) dokumen atau arsip, (2) narasumber atau informan, (3) peristiwa atau aktivitas, dan (4) gambar, benda, dan rekaman. Jenis sumber data dalam penelitian ini yaitu narasumber atau informan dan aktivitas. Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara mendalam (*in depth interview*) dengan kader perempuan PDIP Provinsi DIY yaitu Dr. Hj. Yuni Satia Rahayu, SS., M. Hum. yang merupakan kader senior PDI Perjuangan DIY. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara dan observasi. Tujuan dalam wawancara ini yaitu untuk memperoleh data secara mendalam dan akurat yaitu langsung pada informan yang bersangkutan. Peneliti melakukan observasi pada informasi melalui media sosial yaitu Instagram. Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif model Miles & Huberman (1992) yang terdiri dari tiga alur kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teknik validasi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah ketekunan pengamatan dan triangulasi. Teknik pemeriksaan keabsahan data yang memerlukan data lain selain data yang sudah ditemukan oleh peneliti disebut dengan teknik triangulasi data (Sudarman, 2017). Dalam penelitian ini ketekunan pengamatan digunakan untuk menemukan secara lebih aktivitas komunikasi politik yang dilakukan oleh kader wanita PDIP Yogyakarta.

Triangulasi data dalam penelitian ini yaitu menggunakan triangulasi sumber. Adapun triangulasi sumber dilakukan peneliti dengan membandingkan hasil penelitian atau sumber data dari penelitian lainnya.

### III. Penyajian dan Analisis Data

Aktivitas komunikasi politik merujuk pada segala bentuk komunikasi yang terjadi dalam konteks politik. Ini melibatkan pertukaran pesan, ide, informasi, dan opini antara individu, kelompok, atau lembaga yang terkait dengan politik. Aktivitas komunikasi politik berperan penting dalam membentuk opini publik, mempengaruhi sikap politik, dan memobilisasi dukungan politik. Pelaksanaan komunikasi politik, terdapat sejumlah kegiatan yang dilakukan oleh komunikator politik untuk mencapai tujuan politik mereka. Kegiatan komunikasi politik ini bertujuan untuk menghasilkan pendapat publik yang positif, sehingga politisi dapat mempertahankan dukungan dari masyarakat. Berikut ini disajikan aktivitas komunikasi politik yang ditemukan.

#### 1). Retorika Politik

Retorika sebagai *art of speech* merupakan bentuk komunikasi yang diarahkan pada penyampaian pesan dengan maksud mempengaruhi khalayak agar dapat memperhatikan pesan yang disampaikan secara baik (Heryanto & Zarkasy, dalam Mozefani et al., 2020). Retorika politik yang biasanya dilakukan oleh informan salah satunya dengan mengadakan pertemuan di dalam dapil informan. Pertemuan dimaksudkan untuk menjalin komunikasi antara informan dengan warga yang berada dalam dapil informan. Di bawah ini dijelaskan hasil wawancara dengan informan.

*“Jadi kampanye itu pengertiannya adalah pertemuan dengan masyarakat. Kalau itu sebetulnya dari waktu ke waktu ini saya selalu melakukan ini. Jadi kita harus sosialisasi terus menerus-terus agar kita dikenal Masyarakat dan diingat. Oo, iya bahwa Bu Yuni itu orangnya baik itu saja yang ingin kita dengar dari warga Masyarakat. Sehingga nanti mereka dengan suka rela mau datang ke TPS.”*

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa retorika politik dilakukan dengan cara kampanye. Kampanye merupakan salah satu usaha yang dapat dilakukan oleh seseorang untuk menarik perhatian orang lain agar tertarik atau kepada dirinya. Kegiatan kampanye termasuk dalam kegiatan retorika politik yang dapat dilakukan oleh calon anggota. Data di atas menunjukkan bahwa kampanye yang dilakukan oleh informan bertujuan agar masyarakat mengetahui bahwa informan adalah orang baik sehingga nanti mau memilihnya kembali di-TPS pada pilkada yang akan datang. Suatu calon pemimpin berusaha meyakinkan dan menarik perhatian Masyarakat atau pemilih dengan cara kampanye. Apabila hal itu dapat dilaksanakan maka kampanye tersebut dikatakan berhasil (Fatimah, 2018). Arifin berpendapat bahwa kampanye merupakan salah satu bentuk aktivitas komunikasi politik yang dilakukan orang atau sekelompok orang atau organisasi dalam politik untuk membina, membentuk citra, dan opini publik yang positif yang bertujuan memenangkan suatu pemilihan umum (Alfiyani, 2018).

#### 2). Agitasi Politik

Menurut Harbert Blumer (dalam Zakiyuddin, 2019) agitasi beroperasi untuk membangkitkan rakyat kepada suatu gerakan politik, baik lisan maupun tulisan dengan merangsang dan membangkitkan emosi khalayak. Agitasi politik seringkali digunakan untuk memicu partisipasi politik, memobilisasi massa, atau memperoleh dukungan dalam kampanye politik. Hal ini dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti pidato publik yang menggugah, pawai atau demonstrasi massa, penyebaran pamflet atau selebaran, kampanye media sosial, dan kegiatan publik lainnya. Umumnya kegiatan agitasi akan dilakukan ketika adanya keberadaan fenomena di tengah masyarakat yang dapat menimbulkan keresahan, di mana para politisi akan menggunakan kegiatan agitasi ini untuk menggerakkan masyarakat agar terciptanya keadaan baru. Kegiatan agitasi ini dapat dilakukan dalam jangka pendek maupun panjang, bergantung pada seberapa lama keadaan baru tersebut dapat tercapai. Di bawah ini dijelaskan aktivitas komunikasi politik yang termasuk agitasi politik yang dilakukan oleh informan.

*“Saya rutin mengunjungi daerah pemilihan untuk melakukan sosialisasi terkait dengan program-program yang telah sukses dilaksanakan dan program-program yang akan saya berikan pada periode selanjutnya.”*

Data di atas menunjukkan aktivitas agitasi politik yang dilakukan informan dengan masyarakat. Kalimat tersebut mencoba untuk mempengaruhi pandangan masyarakat tentang kinerja dan rencana masa depan individu yang berbicara. Hal tersebut merupakan upaya untuk merayu masyarakat agar mendukungnya dalam pemilihan atau mempertahankan dukungan yang sudah ada.

### 3). Propaganda Politik

Propaganda dianggap cara yang ampuh dalam menggiring kepada keputusan politik. Propaganda menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari studi-studi komunikasi (Sutanto, 2014). Propaganda politik diartikan sebagai sebuah kegiatan yang digunakan untuk mempengaruhi individu atau kelompok individu dengan tujuan agar mereka mau menerapkan ideologi atau melakukan kegiatan tertentu tanpa adanya paksaan dari pihak manapun. Di bawah ini beberapa aktivitas komunikasi politik yang termasuk propaganda yang dilakukab oleh informan.

*“Saya melakukan sosialisasi terus menerus kepada masyarakat agar kita ini dikenal dan diingat bahwa Bu Yuni itu orangnya baik begitu yang ingin kita dengar di masyarakat. Agar nanti mau sukarela datang ke TPS untuk memilih.”*

Berdasarkan hasil wawancara di atas Bu Yuni melakukan kampanye kepada masyarakat untuk mendulang suara diperiode berikutnya. Bu Yuni yang saat ini menjabat sebagai anggota DPRD DIY melakukan kampanye yang bertujuan agar masyarakat di Daerah Pilihan (Dapil) beliau yaitu Sleman agar kedepan dapat memilihnya kembali sebagai anggota DPRD Provinsi. Informan melakukan propaganda politik dengan cara membangun citra baik dihadapan masyarakat pemilihnya. Kegiatan ini termasuk dalam kegiatan propaganda politik.

Tujuan informan melakukan sosialisasi tersebut adalah untuk menarik hati para pemilihnya nanti. Hal ini sesuai dengan pendapat Kustiawan et al. (2022) yang menyatakan bahwa propaganda adalah salah satu usaha yang dengan sengaja dilakukan oleh seseorang untuk memanipulasi pikiran, mengarahkan tindakan, mendapatkan reaksi, dan persepsi yang orang lain yang diinginkan terhadap propaganda yang dilakukan. Propaganda politik semacam ini juga pernah dilakukan oleh Rasulullah kepada kaumnya bahwa mereka adalah Kaum Muslimin yang kuat agar berani kepada kelompok yang lain yang tidak sejalan dengan Islam (Cucu, 2020). Selain itu, informan juga membangun komunikasi politik melalui akun Instragram pribadinya. Di bawah ini data yang ditemukan dalam akun Instagram informan dalam aktivitas politik.

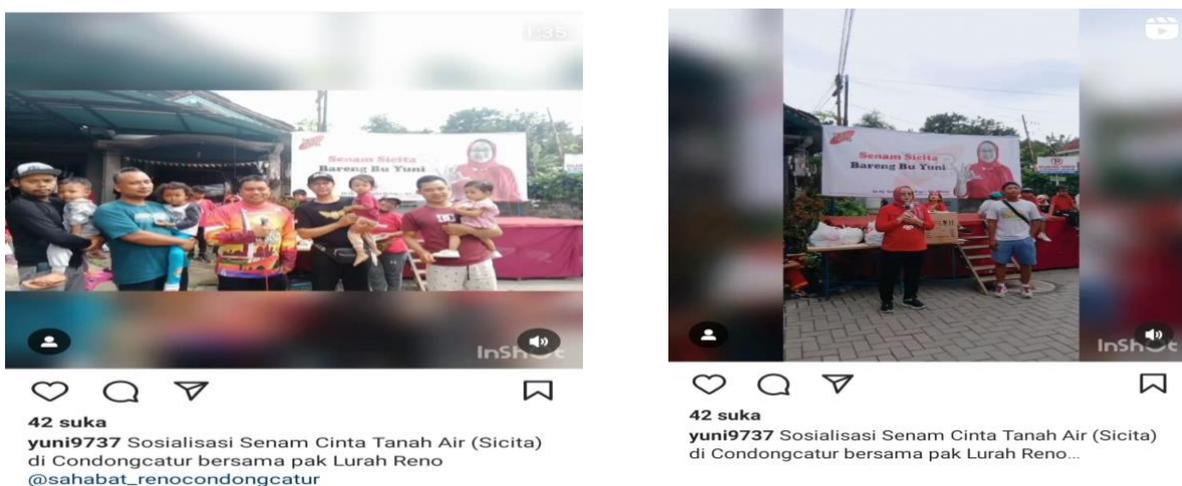


Fig. 1. Postingan Instagram Informan Ibu Yuni @yuni9737

Data di atas adalah aktivitas senam Sicita bersama dengan Bu Yuni. Senam Sicita kepanjangan dari Senam Cinta Tanah Air. Senam ini merupakan senam yang diperkenalkan secara resmi pada HUT PDI Perjuangan ke-49. Dalam aktivitas yang diunggah oleh Bu Yuni tersebut adalah acara senam

bersama dengan warga Condongcatu. Kegiatan bersama masyarakat merupakan salah satu aksi yang berguna untuk menguatkan dukungan kepada masyarakat. Hal ini dapat menaikkan citra dan dukungan masyarakat kepada Bu Yuni dalam pemilihan umum yang akan datang.

#### 4). Lobi Politik

Lobi bertujuan untuk mendapatkan pengaruh yang pasti dan seolah-olah hampir bisa diukur pada keputusan politik tertentu. Jika lobi membahas konten yang cenderung sensitif, maka kerahasiaan dan kebijaksanaan menjadi penting. Lobi dapat dikatakan sukses jika perencanaan di awal cukup terperinci dan orang yang melakukan lobi harus memiliki pengetahuan mendalam tentang arena politik (Ardianto et al., 2020). Di dalam kegiatan politik istilah *lobi* digunakan oleh politikus untuk berdiskusi mengenai politik, baik secara formal maupun informal dengan tujuan untuk mencari solusi dari masalah yang ada. Lobi politik diartikan sebagai suatu cara untuk membujuk dan melakukan pendekatan pada individu yang memiliki kepentingan tertentu dengan tujuan untuk memperoleh dukungan dari pihak lain yang dianggap memiliki pengaruh pada tujuan yang ingin dicapai. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan ditemukan beberapa data yang memperlihatkan aktivitas lobi-lobi politik yang telah dilakukan oleh informan.

*“Oh iya kami melakukan lobi-lobi politik dengan anggota sesama DPRD. Kita berkomunikasi kemudian dengan, ya kita ngobrol banyak hal lah. Kemudian biar tidak terlalu tegang sambil gojekan.”*

Data di atas menunjukkan aktivitas lobi-lobi politik yang dilakukan oleh informan dengan anggota-anggota partai lain yang ada di DPRD DIY. Lobi politik tersebut dilakukan untuk memperkuat kepemimpinan di DPRD. Informan melakukan lobi politik dengan cara yang humanis yaitu dengan cara mengajak ngobrol secara santai. Aktivitas *ngobrol* merupakan salah satu aktivitas yang dapat dilakukan secara santai dan ada komunikasi antar anggota. Selain itu kegiatan tukar pikiran dan bercanda selalu dilakukan oleh informan dalam berdiskusi dengan anggota partai lain, walaupun mereka berbeda partai. Kegiatan lobi politik ini juga dapat digunakan sebagai tempat untuk mengganti komisi yang diinginkan oleh setiap anggota partai politik. Hal ini selaras dengan pendapat Webster yang menyatakan bahwa *Lobby* atau *Lobbying* merupakan suatu aktivitas dalam politik yang dilakukan untuk mempengaruhi pegawai umum dan khususnya anggota legislatif dalam pembuatan peraturan (Ramadhani et al., 2022).

#### 5). Iklan Politik

Iklan adalah sarana penyampaian informasi melalui media massa baik cetak maupun elektronik. Dalam Aktivitas komunikasi politik iklan tak pernah ketinggalan dilakukan oleh calon pemimpin untuk mendapatkan suara dari rakyat. Iklan politik digunakan sebagai media untuk mempromosikan diri, baik sebagai media promosi sebelum menjadi pemimpin atau setelah menjadi pemimpin yaitu sebagai sarana memperlihatkan hasil kerja sebagai pimpinan. Iklan politik juga dapat dirancang untuk meningkatkan partisipasi pemilih, terutama dengan menggerakkan basis pendukung yang sudah ada agar datang ke tempat pemungutan suara pada hari pemilihan. Iklan semacam ini dapat berfokus pada pentingnya hak suara dan konsekuensi politik dari ketidaktpartisipasi. Iklan politik dapat juga digunakan untuk memperkuat citra kandidat atau partai politik di mata pemilih yang sudah mendukung mereka. Iklan semacam ini mungkin menekankan nilai-nilai atau pencapaian tertentu yang dianggap penting oleh basis pendukung.

Beberapa kriteria umum yang dapat meningkatkan daya tarik iklan politik antara lain harus memiliki relevansi dengan isu-isu yang penting bagi pemilih, emosi positif seperti harapan dan kebanggaan, kreativitas yang inovatif agar menarik perhatian dan terakhir memiliki kepatuhan hukum, termasuk aturan pemasangan iklan politik seperti *baleho* di tempat yang telah diijinkan.

Di bawah ini disajikan aktivitas komunikasi politik yang dilakukan oleh informan yang menggunakan media iklan sebagai perantaranya.



Propaganda politik juga dilakukan oleh kader perempuan dalam aktivitas komunikasi politiknya. Propaganda politik ini dilakukan melalui kegiatan sosialisasi yang dilakukan secara bertahap dan terjadwal di setiap daerah pilihan yang akan menjadi tempat di mana kader tersebut bertugas sehingga dapat memperoleh suara dalam pemilu tersebut. Kegiatan ini mampu menarik citra positif kader perempuan sehingga mampu mendulang suara banyak dalam pemilu. Selain mengadakan sosialisasi kader perempuan DPRD Provinsi DIY juga melakukan kegiatan politik dalam melakukan propaganda politik. Kegiatan ini misalnya dengan mengajak masyarakat secara bersama melakukan senam Sicitita. Senam Sicitita ini merupakan senam yang menjadi icon dari PDIP.

Lobi politik yang dilakukan oleh kader perempuan PDIP yaitu dilakukan sesama dengan anggota parpol lainnya. Hal ini digunakan sebagai salah satu cara bernegosiasi dalam hal kepemimpinan ataupun dalam hal pembuatan peraturan. Hal ini selaras dengan pendapat Webster yang menyatakan bahwa *Lobby* atau *Lobbying* merupakan suatu aktivitas dalam politik yang dilakukan untuk mempengaruhi pegawai umum dan khususnya anggota legislatif dalam pembuatan peraturan (Ramadhani et al., 2022).

Iklan politik juga dilakukan dalam hal aktivitas politik. Iklan politik tersebut dilakukan dengan menggunakan media pamflet. Selain media pamflet iklan politik juga dilakukan melalui media spanduk. Media spanduk digunakan oleh informan selain untuk mempromosikan dirinya sendiri namun juga mempromosikan anggota sesama partai dalam hal ini calon presiden.

#### IV. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang sudah diuraikan di atas maka dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa aktivitas komunikasi politik dilakukan informan untuk membentuk citra positif kepada pemilih atau masyarakat. Aktivitas komunikasi politik yang dilakukan oleh informan yaitu (1) retorika politik, (2) agitasi politik, (3) Propaganda Politik, (4) lobi politik, dan (5) iklan politik. Semua aktivitas komunikasi politik tersebut dilakukan oleh kader perempuan partai PDIP DIY tanpa menjatuhkan lawan politik. Aktivitas komunikasi politik ini dilakukan oleh kader perempuan PDIP DIY untuk menunjukkan bahwa eksistensi perempuan dalam dunia politik masih dapat berkiprah.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adeni, S., & Harahap, A. M. (2017). Komunikasi Politik dan Keterwakilan Perempuan dalam Arena Politik. *Jurnal Perspektif Komunikasi*, 1(2), 1–10.
- Ainiyah, N. (2017). Komunikasi Politik Perempuan (Strategi Komunikasi Politik Perempuan Fatayat Sutubondo dalam Hegemoni Politik Priyayi). *Jurnal Lisan Al-Hal*, 11(2), 307–330.
- Alfiyani, N. (2018). Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Politik. *Potret Pemikiran*, 22(1). <https://doi.org/10.30984/pp.v22i1.762>
- Ardianto, A., Prisanto, G. F., Irwansyah, I., Ernungtyas, N. F., & Hidayanto, S. (2020). Praktik Lobi dan Negosiasi oleh Legislator Sebagai Bentuk Komunikasi Politik. *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 12(1), 25–39. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v12i1.10009>
- Arifin, A. (2011). *Komunikasi Politik: Filsafat- Paradigma-Teori-Tujuan-Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Graha Ilmu.
- Budiatri, A. P. (2011). Perempuan Dan Politik. *Jurnal Studi Politik*, 1(2), 100.
- Choiriyati, W., & Wiendijarti, I. (2011). Popularitas Selebriti sebagai Komoditas Politik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 128–142.
- Cucu. (2020). Da'wah dan Politik: Tinjauan Komunikasi Politik Propaganda dalam Perspektif Gerakan Dakwah Nabi Saw. *ICRHD: Journal of International Conference On Religion, Humanity and Development*, 1(1), 63–72.

- Elizabeth, M. Z. (2018). *Resistensi Perempuan Parlemen: Perjuangan Menuju Kesetaraan Gender* (A. Wisesa (ed.)). Pustaka LP3ES.
- Fatimah, S. (2018). Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu. *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 1(1), 5–16. <https://doi.org/10.32699/resolusi.v1i1.154>
- Hasim, E. (2018). Peran Komunikai Partai Politik dalam Proses Rekrutmen Kader Perempuan pada Partai Politik di Aceh. *Journal Ilmu Komunikasi*, 8(3), 297–306.
- Hubeis, A. V., & Sumarti, T. (2019). Strategi Komunikasi Politik Perempuan dalam Meraih Kepemimpinan Daerah. *Journal of Communication Studies*, 4(1), 95–113.
- Jeffri, S. E. (2021). Strategi Komunikasi Politik Amran Mahmud dalam Kemenangan Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Wajo 2019-2024. *Al Amin: Jurnal Kajian Ilmu Dan Budaya Islam*, 4(01), 65–84.
- Kustiawan, W., Hafiz, A. Q., Rasyidin, K., Amelia, P., & Ketaren, S. J. (2022). Propoganda dalam Komunikasi Politik melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 1754–1761.
- Mahsun. (2019). *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan, Strategi, Metode, dan Tekniknya*. Raja Grafindo Persada.
- Miles, B. M., & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. UIP.
- Mozefani, F., Prisant, G. F., Ernungtyas, N. F., & Irwansyah. (2020). Retorika Politik Susilo Bambang Yudhoyono : Pendekatan Analisis Wacana Kritis. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, III(1), 45–68.
- Nimmo, D. (2011). Komunikasi Politik, Komunikator, Pesan, dan Media (terjemahan). In *Bandung, PT. Remaja Rosdakarya*.
- Nurussa'adah, E. (2020). Perempuan dan Komunikasi Politik pada Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(1), 111–123.
- Rabiah, S. (2016). Ragam Bahasa Indonesia dalam Komunikasi Politik. *The POLITICS: Jurnal Magister Ilmu Politik Universitas Hasanuddin*, 2(1), 121–131.
- Ramadhani, S., Nasution, J. H., Azhari, M. I., & Kustiawan, W. (2022). Strategi Lobi dan Negosiasi dalam Proses Komunikasi Politik. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 3(1), 89–95. <https://doi.org/10.37064/nadwah.v28i1.12255>
- Rush, M., & Althoff, P. (2008). *Pengantar Sosiologi Politik*. Rajawali Press.
- Rusianti, S. G. (2022). Peran Perempuan Dalam Komunikasi Politik Partai di Kota Madiun. *Journal of Social and Political Science Society*, 1(1), 25–36.
- Sarinastiti, N. (2019). Edukasi komunikasi politik dalam menciptakan kesadaran dan minat pemilih perempuan. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 7(1), 44–58.
- Sudarman, S. W. (2017). Analisis Problematika Pendidikan Matematika Berupa Soal Cerita Pada Siswa SD. *AKSIOMA Journal of Mathematics Education*, 5(2), 161. <https://doi.org/10.24127/ajpm.v5i2.670>
- Susanto, E. H. (2013). Dinamika Komunikasi Politik dalam Pemilihan Umum. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 1(2), 163–172. <https://doi.org/10.24198/jkk.vol1n2.6>
- Sutanto, M. H. (2014). Propaganda Politik Calon Presiden Republik Indonesia 2014 -2019 (Analisis Isi Berita Kampanye Pemilihan Presiden Tahun 2014 pada Harian KOMPAS edisi 4 Juni sampai 5 Juli 2014). *Jurnal Humanity*, 9(2), 2014–2019.
- Sutopo, H. B. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*. Sebelas Maret University Press.

Zakiyuddin, A. (2019). Komunikasi Politik Panglima TNI Jendral Gatot Nurmantio dalam Menanggapi Rencana Pembelian 500 Pucuk Senjata Standar TNI. *Academia Praja: Jurnal Ilmu Politik, Pemerintahan, Dan Administrasi Publik*, 2(01), 17–28.

Zamroni, M., Indriati, A., Sahlan, M., Pembangunan, P., & Amanat, P. (2016). *Selebritis Perempuan Dalam Komunikasi Politik Di Partai-Partai Islam Pada Pemilu 2014 Di Indonesia*. 09, 51–69.