

ABSTRAK

Irlani Alifah Kusyaeri, 1208040031, 2025 Strategi Komunikasi Politik Partai Solidaritas Indonesia di Media Sosial dalam Meningkatkan Perolehan Suara pada Pemilihan Legislatif di Kota Bandung Tahun 2024

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena meningkatnya penggunaan media sosial oleh partai politik sebagai alat komunikasi politik menjelang pemilu. Partai Solidaritas Indonesia (PSI) menjadi salah satu partai yang aktif memanfaatkan platform digital, khususnya di Kota Bandung, untuk meningkatkan perolehan suara pada Pemilihan Legislatif tahun 2024. Hal ini mendorong pentingnya analisis terhadap strategi komunikasi politik yang digunakan PSI di media sosial.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi politik PSI di media sosial dalam meningkatkan perolehan suara, menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas strategi tersebut, dan memahami bagaimana partai membingkai isu-isu politik dalam rangka membangun citra dan menarik simpati publik.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pengurus DPD PSI Kota Bandung serta analisis konten terhadap akun media sosial resmi PSI Kota Bandung. Analisis data dilakukan secara tematik dengan merujuk pada model komunikasi Lasswell, strategi komunikasi McNair, serta teori *framing* dari Robert Entman.

Kerangka berpikir dalam penelitian ini dibangun melalui konsep strategi komunikasi politik yang menekankan pada fungsi-fungsi informatif, persuasif, edukatif, penguatan, dan mobilisasi. Hipotesis dalam penelitian ini tidak digunakan secara eksplisit karena sifatnya kualitatif eksploratif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik PSI Kota Bandung pada Pemilu Legislatif 2024 berfokus pada pemanfaatan Instagram dan TikTok untuk menjangkau pemilih muda. Strategi ini efektif membangun citra partai progresif melalui konten visual dan soft messaging, namun kurang inklusif karena belum menysasar pemilih non-digital. Efektivitas komunikasi dipengaruhi oleh kualitas konten, kecepatan respons isu, dan personal branding caleg, meski terkendala oleh keterbatasan SDM dan anggaran. Dalam aspek *framing*, PSI menonjolkan isu nasional seperti antikorupsi dan kesetaraan, tetapi masih minim menyoroti isu lokal Kota Bandung, sehingga belum sepenuhnya menjangkau pemilih akar rumput.

Kata Kunci: strategi komunikasi politik, media sosial, PSI, perolehan suara, Kota Bandung

ABSTRACT

Irlani Alifah Kusyaeri, 1208040031, 2025 *Political Communication Strategy of the Indonesian Solidarity Party on Social Media in Increasing Vote Acquisition in the 2024 Legislative Election in Bandung City*

This research is motivated by the growing phenomenon of political parties utilizing social media as a tool of political communication ahead of elections. The Indonesian Solidarity Party (PSI) is one of the parties actively employing digital platforms, particularly in Bandung City, to increase its vote acquisition in the 2024 Legislative Election. This condition highlights the importance of analyzing the political communication strategies used by PSI on social media.

The objectives of this study are to examine PSI's political communication strategies on social media in enhancing vote acquisition, to analyze the factors influencing the effectiveness of these strategies, and to understand how the party frames political issues in order to build its image and attract public sympathy.

This study applies a qualitative approach with a case study method. Data collection techniques include in-depth interviews with the Bandung City PSI administrators and content analysis of PSI Bandung's official social media accounts. Data analysis was conducted thematically by referring to Lasswell's communication model, McNair's communication strategies, and Robert Entman's framing theory.

The theoretical framework of this study is built upon the concept of political communication strategies that emphasize informative, persuasive, educational, reinforcement, and mobilization functions. Hypotheses are not explicitly employed in this research due to its exploratory qualitative nature.

The findings show that PSI Bandung's political communication strategy in the 2024 Legislative Election focused on utilizing Instagram and TikTok to reach young voters. This strategy proved effective in constructing a progressive party image through visual content and soft messaging; however, it was less inclusive as it did not sufficiently target non-digital voters. The effectiveness of communication was influenced by content quality, issue responsiveness, and candidates' personal branding, though limited by human resources and budget constraints. In terms of framing, PSI highlighted national issues such as anti-corruption and equality but gave little attention to local Bandung issues, thus not fully reaching grassroots voters.

Keywords: *political communication strategy, social media, PSI, vote acquisition, Bandung City*