

ABSTRAK

Partai Demokrat Kota Bandung pada Pemilihan Umum Legislatif 2019 sudah menggunakan komunikasi politik dengan menekankan dimensi pesan komunikasi politik retorika, iklan, dan propaganda politik. Namun demikian, perolehan suara Partai Demokrat Kota Bandung pada Pemilihan Umum Legislatif 2019 tidak sesuai dengan target awal. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan pelaksanaan komunikasi politik partai demokrat kota bandung 2019. selain itu, bertujuan untuk menggambarkan faktor penghambat pelaksanaan komunikasi politik partai demokrat kota bandung 2019

Penelitian ini menggunakan teori Dimensi Pesan komunikasi politik Dan Nimmo (2005). Dimana variabel keberhasilan komunikasi politik dapat ditentukan oleh retorika politik, Iklan politik, propaganda politik. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui studi pustaka dan studi lapangan yakni observasi partisipan, wawancara dan dokumentasi. Teknik penentuan informan untuk pengurus Partai Demokrat menggunakan teknik Purposive dan masyarakat di beberapa daerah pemilihan.

Hasil penelitian ini pertama, pelaksanaan retorika menerapkan pola penyesuaian diksi kepada masyarakat, iklan pada kampanye politik yang dilakukan Partai Demokrat menarik dengan menyapa warga *door to door* dan mulai aktif bersosial media untuk menyampaikan pesan politiknya, propaganda yang dilakukan pertemuan dengan warga dan diskusi terkait gagasan yang diusung Partai Demokrat bersama masyarakat. Kedua, terdapat faktor penghambat yang dilakukan yaitu retorika kualitas yang tidak merata dari setiap kader maupun calon anggota legislatif Partai Demokrat, iklan politik hanya melakukannya di wilayah yang terdapat basis masa Partai Demokrat dan tidak menyeluruh, kemudian minim inovasi melakukan kampanye yang lebih menarik dan media massa Partai Demokrat memang belum terlalu optimal digunakan di masa kampanye, propaganda masih dirasa kurang maksimal karena program yang disampaikan terlalu umum sehingga kurangnya antusiasme dari masyarakat.

Kata kunci : Komunikasi Politik, Dimensi Pesan Komunikasi Politik Partai Demokrat, Pemilihan Umum Legislatif

ABSTRACT

The Democratic Party of Bandung City in the 2019 Legislative General Election has used political communication by emphasizing the dimensions of political communication messages of rhetoric, advertising, and political propaganda. However, the vote acquisition of the Bandung City Democratic Party in the 2019 Legislative General Election did not match the initial target. This study aims to describe the implementation of political communication of the 2019 Bandung city Democratic Party. in addition, it aims to describe the inhibiting factors for the implementation of political communication of the 2019 Bandung city Democratic Party.

This research uses Dan Nimmo's (2005) theory of political communication message dimensions. Where the success variables of political communication can be determined by political rhetoric, political advertising, political propaganda. The research method used is descriptive method with qualitative approach. Data collection techniques through literature studies and field studies, namely participant observation, interviews and documentation. The technique of determining informants for the Democratic Party management uses Purposive techniques and the community in several electoral districts.

The results of this study are first, the implementation of rhetoric applies a diction adjustment pattern to the community, advertising in political campaigns carried out by the Democratic Party is interesting by greeting residents door to door and starting to actively socialize media to convey political messages, propaganda carried out meetings with residents and discussions related to the ideas carried by the Democratic Party with the community. Second, there are inhibiting factors carried out, namely the uneven quality rhetoric of each cadre and legislative candidate of the Democratic Party, political advertising only does so in areas where there is a mass base of the Democratic Party and is not comprehensive, then the lack of innovation in conducting a more attractive campaign and the Democratic Party's, propaganda is still considered less than optimal because the program delivered is too general so that there is a lack of enthusiasm from the community.

Keywords: Political Communication, Dimensions of Political Communication Messages, Democratic Party, Legislative General Election