

ABSTRAK

Gerakkan politik di Indonesia semakin mendorong Partai Golkar untuk melakukan pembaharuan di bidang komunikasi politik. Komunikasi politik merupakan penyampaian pesan yang berisi visi dan misi, ide, serta strategi politik Partai Golkar. Penyampaian pesan ini dilakukan oleh Legislator, Pengurus ataupun Kader Partai Golkar kepada masyarakat Sragen. Komunikasi politik ini bertujuan untuk membangun eksistensi partai ditengah permasalahan yang melanda Partai Golkar. Oleh sebab itu perlu adanya pendekatan komunikasi politik yang dapat mempengaruhi, serta membujuk masyarakat Sragen untuk memberikan dukungan kepada Golkar. Adapun jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode studi kasus, sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga cara, yaitu: studi dokumen, wawancara yang dilakukan secara bertahap, dan observasi. Lokasi pengumpulan data ini dilakukan di Kabupaten Sragen, karena pada tahun 2017 Partai Golkar gencar melakukan komunikasi politik guna persiapan Pemilu Legislatif 2019.

Berdasarkan data yang telah didapat, maka pada penelitian ini komunikasi yang dilakukan oleh Golkar kepada masyarakat adalah komunikasi persuasif. Pada komunikasi ini memiliki beberapa unsur yaitu: komunikator selaku penyampai pesan, pesan yang menarik, media dan saluran yang digunakan, serta sasaran komunikasi politik. Disamping itu juga komunikasi politik dilakukan melalui dua cara, yaitu secara psikodinamik dan sosial budaya. Secara psikodinamik komunikasi dilakukan dengan sistem *person to person* dan *person to group*. Komunikasi ini dilakukan oleh kader Partai Golkar kepada tokoh agama dan tokoh masyarakat, serta kepada kelompok masyarakat. Sedangkan secara sosial budaya komunikasi dilakukan melalui sistem *group to group*. Pada sistem sosial budaya ini kelompok Partai Golkar akan menyampaikan pesan kepada kelompok masyarakat. Setelah itu, kelompok masyarakat yang dituju akan menyampaikan pesan kepada kelompok lainnya. Selanjutnya kelompok masyarakat akan mengalami perubahan sosial yang ditandai dengan adanya obrolan politik seputar Partai Golkar. Kemudian muncul desakan kepada individu yang belum mendukung sebagai akibat dari pencapaian perubahan. Desakan tersebut dilakukan secara berulang kali sehingga dapat memberikan dorongan kepada individu untuk memilih Golkar. Penerapan komunikasi politik persuasif secara psikodinamik dengan sistem *person to person*, kurang efektif dilakukan di Kabupaten Sragen karena jumlah komunikator yang lebih sedikit daripada jumlah sasaran komunikasi. Sedangkan komunikasi persuasif secara sosial budaya lebih efektif, karena Kelompok dari Partai Golkar cukup mendatangi salah satu kelompok yang ada di masyarakat yang dituju. Melalui komunikasi persuasif ini maka Partai Golkar pada Pileg 2019 menargetkan perolehan kursi meningkat menjadi 10 kursi di DPRD Kabupaten Sragen.

Kata Kunci: Komunikasi persuasif, psikodinamik, dan sosial budaya.