

**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PARTAI DEMOKRASI INDONESIA  
PERJUANGAN (PDI-P) UNTUK MENINGKATKAN CITRA PARTAI PADA  
KALANGAN GENERASI Z DI KOTA SEMARANG**

**Disela Isyananda<sup>1</sup>, Yuwanto<sup>2</sup>**  
**Email: [diselaisyananda11@gmail.com](mailto:diselaisyananda11@gmail.com)**

**Departemen Politik dan Ilmu Pemerintahan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro**  
Jl. Prof. H. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang, Kode Pos 50139  
Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 74654505  
Laman: <https://www.fisip.undip.ac.id> Email: [fisip@undip.ac.id](mailto:fisip@undip.ac.id)

**ABSTRAK**

Partai politik merupakan kelompok terstruktur yang beranggotakan individu dengan kesamaan nilai dan tujuan untuk meraih posisi pemerintahan, dengan salah satu fungsi utamanya sebagai sarana komunikasi politik. Dalam menjalankan fungsinya, partai politik memerlukan proses pengakaran (internalisasi) dan pelembagaan (institusionalisasi). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi politik PDI Perjuangan dalam membangun citra politik di Kota Semarang dan mengkaji pandangan Generasi Z terhadapnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian campuran (*mixed method*), penelitian ini menggabungkan pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam dan dokumentasi, serta pendekatan kuantitatif melalui survei terhadap responden Generasi Z di Kota Semarang. PDI Perjuangan Kota Semarang telah menerapkan strategi komunikasi politik untuk membangun citra partai di kalangan Generasi Z melalui empat (4) indikator utama. Dalam aspek komunikator politik, partai telah membangun komunikasi struktural yang melibatkan kader muda melalui organisasi sayap muda BMI dan TMP. Pesan politik dikemas secara adaptif dan relevan dengan kehidupan Generasi Z, seperti kegiatan bantuan sosial, olahraga, dan diskusi interaktif. Pada indikator sasaran politik, partai menunjukkan pemahaman mendalam tentang karakteristik Generasi Z dengan mengadopsi pendekatan komunikasi informal dan interaktif. Namun, terdapat kelemahan dalam indikator media politik, dimana PDI Perjuangan Kota Semarang dan organisasi sayap muda belum maksimal dalam mengelola media sosial dan evaluasi *engagement*. Berdasarkan survei terhadap 25 responden Generasi Z di Kota Semarang, ditemukan bahwa mayoritas memiliki pengetahuan baik tentang PDI Perjuangan dan memberikan penilaian positif terhadap kinerja partai, akan tetapi masih belum optimal dalam aspek afeksi atau kedekatan emosional. Hal ini menunjukkan bahwa meski strategi komunikasi politik telah berhasil membangun pemahaman dan penilaian positif, partai politik masih perlu meningkatkan upaya untuk membangun kedekatan emosional dengan Generasi Z.

**Kata Kunci: Strategi Komunikasi Politik, Citra Partai, PDI-P, Generasi Z, Kota Semarang**

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Ilmu Pemerintahan Universitas Diponegoro

<sup>2</sup> Dosen Ilmu Pemerintahan Universitas Diponegoro

## ABSTRACT

*Political party is a structured group composed of individuals with shared values and goals aimed at achieving governmental positions, with one of its main functions being a medium for political communication. In carrying out its functions, political parties require an internalization process to build strong and beneficial relationships with their constituents, as well as institutionalization to form a democratic political party culture. This study aims to analyze PDI Perjuangan's political communication strategy in building its political image in Semarang City and examine Generation Z's perspectives towards it. The research employs a mixed-method approach, combining qualitative methods through in-depth interviews, and documentation, along with quantitative methods through surveys of Generation Z respondents in Semarang City. PDI Perjuangan Semarang City has implemented political communication strategies to build the party's image among Generation Z through four (4) main indicators. In terms of political communicators, the party has built structural communication involving young cadres through youth wing organizations BMI and TMP. Political messages are packaged adaptively and relevantly to Generation Z's life, such as social assistance activities, sports, and interactive discussions. On political target indicators, the party demonstrates a deep understanding of Generation Z characteristics by adopting informal and interactive communication approaches. However, there are weaknesses in media political indicators, where PDI Perjuangan Semarang City and its youth organizations have not maximized social media management and engagement evaluation. Based on a survey of 25 Generation Z respondents in Semarang City, it was found that the majority have good knowledge about PDI Perjuangan and give positive assessments of party performance, but are still not optimal in terms of affection or emotional closeness. This indicates that although political communication strategies have successfully built understanding and positive assessment, political parties still need to increase efforts to build emotional connections with Generation Z.*

**Keywords: Political Communication Strategy, Party Image, PDI-P, Generation Z, Semarang City**

## PENDAHULUAN

Perubahan dinamika kehidupan politik di Indonesia terjadi ditandai dengan adanya pergantian sistem politik otoritarian menuju sistem demokratis. Berbeda dengan era sebelumnya, pada pasca Orde Baru atau yang dikenal dengan era Reformasi pada tahun 1998 menjadi fondasi atau tonggak sejarah bagi perjalanan demokratisasi di Indonesia. Begitu juga dengan adanya amandemen UUD 1945 membuka gerbang bagi era baru sistem multipartai di Indonesia. Pada Pemilu 1999, hanya 48 partai politik yang memenuhi syarat, menunjukkan mekanisme seleksi yang

ketat. Tren ini berlanjut di Pemilu 2004, di mana 24 parpol lolos dari 200 parpol yang didirikan. Jumlahnya kembali meningkat di Pemilu 2009, dengan 38 parpol yang berhak mengikuti Pemilu. Fluktuasi jumlah partai politik ini menunjukkan dinamika sistem multipartai di Indonesia. Dikarenakan adanya proses seleksi, bubar, dan merger, maka pada 2014, terdapat 12 partai politik, dan di Pemilu 2019, angkanya naik menjadi 16 partai politik. Selanjutnya pada Pemilu 2024 kembali bertambah menjadi 18 parpol.

Langkah maju demokratisasi telah tercipta melalui adanya ajang Pemilu, di mana terdapat hubungan simbiotik dengan Partai Politik. Negara demokratis memungkinkan partai politik untuk lebih efektif menjalankan peran utamanya, sebagaimana dicita-citakan saat didirikan yakni menjadi alat bagi warga negara untuk terlibat dalam pemerintahan dan memperjuangkan kepentingan mereka di hadapan penguasa atau bahkan sebagai tulang punggung demokrasi itu sendiri. Padahal jika ditelusuri lebih jauh, parpol tidak semata-mata sebagai mesin politik Pemilu saja tetapi, masih terdapat fungsi yang luas. Terdapat fungsi dasar dari sebuah partai politik di negara demokrasi, yaitu sebagai sarana komunikasi politik, sosialisasi politik, rekrutmen politik, dan pengatur konflik (Budiardjo, 2008:405).

Untuk dapat melaksanakan fungsinya, partai politik harus mengakar (internalisasi) untuk menumbuhkan hubungan yang erat dan saling menguntungkan antara partai dengan masyarakat dan pelebagaan (insitusalisasi) sebagai proses peningkatan sikap dan budaya perilaku partai politik yang tersusun secara sistematis sehingga membentuk budaya politik yang menjunjung prinsip dasar demokrasi (Setiadi, 2008).

Dalam rangka menjamin terciptanya penguatan partai, maka dapat dilaksanakan melalui salah satu fungsi partai politik yakni, komunikasi politik. Arti dari komunikasi politik merupakan proses penyampaian pesan yang bermuatan politik kepada khalayak yang memiliki keterkaitan dengan politik. Informasi diperoleh dengan kehadiran komunikasi yang bersifat empiris karena

keberlangsungannya dalam kehidupan sosial, dan bersifat ilmiah karena salah satu perwujudannya ada pada kegiatan sistem politik. Tujuan dari komunikasi politik diantaranya untuk menuturkan informasi politik, membangun opini publik, dan tidak kalah penting untuk membentuk citra politik (Suryana, 2018: 22).

Pada survei yang dilakukan oleh databooks.katadata mengenai tingkat kepercayaan responden terhadap lembaga negara (Desember 2023 - Januari2024), diperoleh data bahwasanya Partai Politik mendapatkan persentase kepercayaan paling rendah di antara 11 lembaga negara. Hal ini menunjukkan pentingnya proses komunikasi politik kepada masyarakat untuk dapat membangkitkan citra atau persepsi politik partai.

PDI Perjuangan yang dipimpin oleh Megawati Soekarnoputri meraih kemenangan pada Pemilu pertama pasca-resformasi, yakni Pemilu 1999 dengan memperoleh 33,74% dari total 153 kursi di DPR. Pada kontestasi berikutnya, yaitu Pemilu 2004, PDI Perjuangan tidak dapat mempertahankan kemenangannya, melainkan menempati peringkat kedua dengan peroleh suara hanya sebesar 18,53%. Lima tahun berikutnya, PDI Perjuangan justru turun kembali peringkatnya hingga posisi ketiga pada Pemilu 2019 dengan persentase suara 14,03% (Rahayu, K., 2023). Sejak kemenangan besar pada Pemilu 1999, Megawati dan para senior PDI Perjuangan menyadari pentingnya label sebagai simbol perlawanan oleh rakyat. Maka dari itu, PDI Perjuangan kemudian memberi label atau *tagline* pada dirinya sebagai “Partai-nya Wong Cilik” dengan arti sebagai partai yang berpihak pada *wong cilik* atau rakyat kecil. Dalam keberjalanannya, Akan tetapi,

PDI Perjuangan tidak mengelola pelabelan yang telah dibangun, terlihat dari kepemimpinan pada saat selama sekitar tiga tahun masa kepemimpinannya (2001-2004), kebijakan Megawati dari PDI-P dinilai kurang berpihak pada masyarakat kecil dan juga banyak kadernya yang terjerat kasus korupsi.

Namun, momentum bangkitnya PDI Perjuangan setelah kalah dua Pemilu berturut-turut menarik perhatian masyarakat, dikarenakan pada tahun berikutnya berhasil menjadi pemenang Pemilu selama 3 periode berturut-turut yakni Pemilu 2014, 2019, dan 2024. Walaupun tidak memborong suara mayoritas atau 50% plus 1 karena faktor banyaknya partai, tetapi berhasil menjadi peraih suara terbanyak dalam tiga kali Pemilu. Menariknya kemenangan pada Pemilu 2024 tidak disertai dengan kemenangan pada calon presiden yang diusung oleh PDI P.

Penelitian ini mengambil tempat di ibukota dari Jawa Tengah, yaitu Kota Semarang sebagai tempat penelitian. Di samping posisinya yang strategis sebagai Kota Provinsi, Semarang juga termasuk wilayah yang terdapat banyak pendukung dari PDI Perjuangan. Selain itu, terdapat fakta lain bahwasanya pada saat yang bersamaan ketika walikota terpilih Hendrar Prihadi yang merupakan Ketua DPC PDI P, sedangkan Ketua DPRD Kota Semarang merupakan Sekretaris DPC PDI P Kota Semarang.

Adapun alasan penulis memilih topik mengenai Generasi Z atau Gen Z dalam memandang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan atau PDI Perjuangan dimaksudkan untuk memberi pemahaman

kepada masyarakat umum akan perubahan dinamika yang terjadi terkait pandangan Gen Z dalam mengartikan pesan yang didapat. Generasi Z atau Gen Z merupakan generasi yang lahir dalam rentang tahun 1997-2012 (Simbolon, dkk., 2021). Pada kontestasi Pemilu tahun 2024, Komisi Pemilihan Umum (KPU) menyatakan bahwa terdapat Daftar Pemilih Tetap (DPT) sebanyak 204.807.222 . Dari banyaknya jumlah tersebut, generasi millennial dan Gen Z mendominasi sebanyak 56,45%. Melihat kuantitas tersebut maka Gen Z akan semakin mendominasi 10 tahun ke depan dalam pemberian suara. Padatnya Kota Semarang juga tidak luput dari sekumpulan Generasi Z, yakni mencapai sekitar 434 ribu jiwa berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Semarang Tahun 2023 (BPS Kota Semarang, 2024).

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode campuran atau *mixed method* yang merupakan gabungan antara pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Akan tetapi, penelitian ini lebih condong pada pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam. Sementara itu, pendekatan kuantitatif digunakan sebagai data dukung berupa survei menggunakan kuesioner. Untuk teknik pengumpulan data dilakukan secara wawancara, dokumentasi dan kuesioner. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi yang didapatkan dari Untung Sujarno sebagai Kepala Sekretariat DPC PDI Perjuangan Kota Semarang, FX Gunawan Priyanto sebagai Sekretaris PAC PDI Perjuangan Kecamatan Tembalang, Yosi Yonardo Garneda Rendra Putera, S.E sebagai Ketua PAC PDI Perjuangan Kecamatan Gajahmungkur, dan Daniel Arif sebagai Anggota Organisasi

Sayap Muda Banteng Muda Indonesia (BMI) dan Taruna Merah Putih (TMP). Dokumentasi dilakukan terhadap dokumen tertulis maupun dokumentasi kegiatan partai. Sedangkan, untuk kuesioner disebarakan kepada 25 responden yang berupa Generasi Z di Kota Semarang.

Untuk melihat rata-rata hasil keseluruhan data, maka dilakukan dengan menggunakan analisis *crosstab* atau tabulasi silang. Tabulasi silang atau analisis *crosstab* berfungsi untuk mendeteksi hubungan antar variabel yang disajikan dalam format baris dan kolom. Melalui metode ini, karakteristik sampel penelitian dapat terlihat dari hasil penyilangan berbagai variabel untuk mengidentifikasi keterkaitan antara satu variabel dengan variabel lainnya (Djaswadi, Wibawa, & Kunaifi, 2017). Akan tetapi, dalam analisis kali ini dilakukan tabulasi data secara sederhana yang tersedia dengan nilai atau skor berikut:

Sangat Tidak Setuju	= 1
Tidak Setuju	= 2
Setuju	= 3
Sangat Setuju	= 4

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Strategi Komunikasi Politik PDI Perjuangan Kota Semarang

Pembahasan pada bab ini akan diuraikan menggunakan teori Cangara (2011) melalui empat unsur dalam komunikasi politik, yaitu komunikator politik, pesan politik, media politik, dan sasaran politik. Dalam perkembangan era digital, strategi komunikasi poltiik memegang peranan vital dalam upaya

membangun hubungan antara partai politik dengan konstituennya yakni masyarakat, terutama Generasi Z. Pembahasan dalam bab ini dirancang untuk memberikan gambaran mendalam mengenai efektivitas langkah-langkah strategis yang dilakukan oleh PDI Perjuangan.

#### 1. Unsur Komunikator Politik

Bentuk komunikator politik yang dimaksud merupakan individu atau kelompok dalam partai politik yang bertanggung jawab untuk menyampaikan pesan-pesan politik, serta memberikan hubungan timbal balik antara komunikator dengan masyarakat dan masyarakat dengan komunikator.

PDI Perjuangan Kota Semarang mengunggulkan kekuatan struktural yang terorganisir mulai dari DPP (Pengurus Pusat), pengurus DPD (Tingkat provinsi), DPC (tingkat Kota/Kab), PAC (Tingkat Kecamatan), Ranting (Tingkat Kelurahan), Anak Ranting (Tingkat RW). Kepengurusan yang lengkap ini tidak hanya mempermudah koordinasi internal partai, tetapi juga untuk memastikan kinerja setiap jenjang struktur agar lebih terarah dalam melaksanakan komunikasinya. Kemudian pola komunikasi dari pusat juga diadaptasi dan disesuaikan dengan konteks lokal Kota Semarang. Misalnya, dengan adanya masyarakat Semarang di pesisir laut, maka partai mengadakan program makan ikan bersama sembari mengadakan talkshow.

Selain itu, terdapat Komunikator oleh organisasi sayap muda, Banteng Muda Indonesia (BMI)

dan Taruna Merah Putih (TMP). Organisasi tersebut merupakan perpanjangan tangan dari PDI Perjuangan dalam melakukan komunikasi politik kepada generasi muda. Seluruh proses pelaksanaan kegiatannya juga dilakukan sesuai dengan arahan dan instruksi partai. Karena anggaran biayanya juga disalurkan dari partai.

## **2. Unsur Pesan Politik**

Pesan politik merupakan salah satu elemen fundamental dalam penyusunan strategi komunikasi politik partai untuk meningkatkan citra pada kalangan Generasi Z. Unsur pesan politik mencakup segala isi, bentuk, dan cara penyampaian informasi yang disampaikan dapat secara verbal maupun nonverbal untuk mempengaruhi persepsi orang lain.

Gaya penyampaian pesan tidak konvensional serta program yang dilaksanakan sangat inovatif sesuai dengan karakteristik masyarakat. Program tersebut berupa penyediaan ambulans gratis maupun penyediaan bahan makanan pada saat Covid-19. Program inovatif juga dilaksanakan melalui Lomba e-sport, sholawatan dengan judul konser cinta, program urban farming, lari maraton, yang secara keseluruhan menandakan bahwa PDI-P merupakan partai 'wong cilik.'

Terdapat evaluasi atas kinerja penyampaian pesan kepada masyarakat. Jadi, setiap pelaksanaan acara maka dilakukan evaluasi bersama, lalu terkhusus pada saat Pemilu dilakukan kerja sama dengan

akademisi setempat untuk menjamin kredibilitas data.

## **3. Unsur Media Politik**

Media politik berarti sarana atau saluran yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan politik yang diinginkan. Jenis media politik yang digunakan oleh PDI Perjuangan Kota Semarang, diantaranya media massa, media komunikasi interpersonal, dan media sosial.

Penggunaan media sosial sebagai media politik oleh PDI Perjuangan dan Organisasi Sayap Muda. PDI-P Kota Semarang mempunyai media sosial berupa Facebook dan Instagram yang digunakan untuk memaksimalkan komunikasi politik partai, baik pada saat kampanye maupun saat masa-masa tertentu. Organisasi Sayap BMI dan TMP juga masih dalam tahap mengembangkan media sosialnya berupa Instagram. Oleh karena itu, evaluasi pada media dilakukan dengan melihat likes dan komentar, dengan ini BMI menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam mengelola fitur medsos sehingga dibutuhkan pelatihan khusus lebih lanjut.

Kemudian, terdapat Pemanfaatan media massa berupa website partai. PDI Perjuangan mempunyai website yang digunakan sebagai media pendukung untuk menyebarkan informasi mengenai publikasi kegiatan partai, dengan nama website yaitu [derapjuang.id](http://derapjuang.id)

#### 4. Unsur Sasaran Politik

Dalam komunikasi politik terdapat unsur sasaran politik, yang merupakan aspek krusial dalam memahami komunikasi politik partai khususnya dalam upaya mengajngkau Generasi Z.

Pendekatan dalam menentukan sasaran politik dilakukan berdasarkan pemahaman mengenai karakteristik wilayah, preferensi, dan kebutuhan target audiens. Langkah awal partai dalam menentukan sasarannya dilakukan melalui sumber terpercaya yaitu Badan Pusat Statistik (BPS) dan Komisi Pemilihan Umum (KPU) untuk memahami karakteristik pemilih.

Kemudian, PDI-P juga melakukannya dengan melihat fakta di lapangan bahwasanya terdapat perbedaan karakteristik masyarakat di berbagai kecamatan, misalnya di Semarang Utara dengan banyak penduduk yang bermata pencaharian sebagai nelayan dan di Tembalang dengan banyaknya perumahan.

Selain itu, partai juga memahami perbedaan segmentasi kelompok pada Generasi Z. Oleh karena itu, partai menginisiasi kegiatan menarik sehingga tidak terkesan monoton dan membosankan. Misalnya dengan melakukan kegiatan olahraga bulutangkis di Kecamatan Tembalang yang dilakukan secara safari ke masing-masing kelurahan.

Pada saat Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Kota Semarang Tahun 2024 terdapat beredarnya isu Suku, Agama, Ras, dan Antargolongan

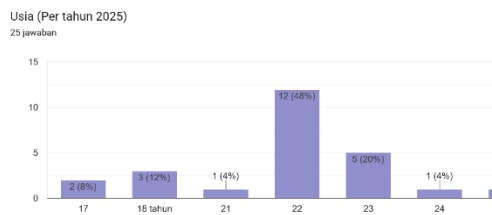
(SARA) mengenai pasangan calon yang diusung oleh PDI Perjuangan. Di wilayah Rowosari Kec. Tembalang terdapat perbedaan dinamika demografis yang didominasi oleh masyarakat muslim dan adanya kecenderungan yang lebih kuat terdapat Partai PPP dan PKB. PDI-P Kota Semarang menyikapi isu SARA dengan menjalin konsolidasi dengan Banser untuk mengalihkan isu SARA sehingga fokus pada kebijakan dan program yang ditawarkan. Walaupun tidak sepenuhnya berhasil mengubah preferensi politik di wilayah Rowosari.

#### **Analisis Persepsi Generasi Z terhadap Citra PDI Perjuangan Kota Semarang**

Penelitian ini melibatkan 25 responden secara insidental atau secara acak pada orang yang ditemui secara tidak sengaja yang merupakan Generasi Z di Kota Semarang. Data ini dikumpulkan melalui platform *Google Form* yang dirancang untuk memperoleh jawaban secara akurat dan efisien. Penyebaran kuesioner dilakukan pada periode 1 Desember 2024 sampai 31 Desember 2024. Analisis persepsi Generasi Z terhadap PDI Perjuangan Kota Semarang dilakukan melalui 3 aspek, yaitu pengetahuan atau wawasan, afeksi atau ketertarikan emosional, dan penilaian. Pada setiap aspek terdapat 7 pertanyaan yang dapat dijawab melalui opsi, yakni “Sangat Tidak Setuju”, “Tidak Setuju”, “Setuju”, dan “Sangat Setuju”.

# 1. Karakteristik Responden

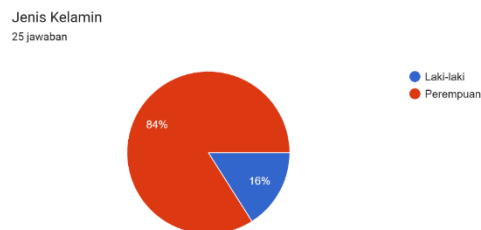
## a. Usia



Sumber: Data hasil penelitian pribadi

Berdasarkan data pada gambar di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden berada pada usia 22 dengan jumlah 12 orang (48%). Usia terbanyak kedua yakni 23 tahun dengan jumlah 5 orang (20%). Selanjutnya, responden dengan usia 18 tahun berjumlah 3 orang (12%) dan usia 17 tahun sebanyak 2 orang (8%). Kelompok usia tersebut merupakan pemilih muda atau pemilih pemula yang baru bisa menggunakan hak pilihnya, sehingga biasanya masih minim dalam pengetahuan politik. Di sisi lain, responden berusia 21, 24, dan 25 tahun masing-masing berjumlah 1 orang (4%).

## b. Jenis Kelamin

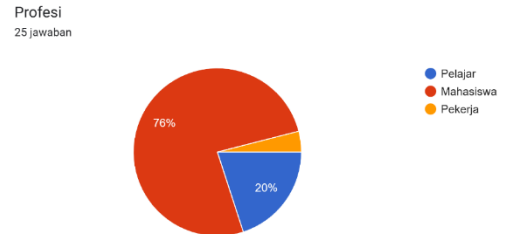


Sumber: Data hasil penelitian pribadi

Berdasarkan diagram gambar di atas dapat dimengerti bahwa komposisi responden pada

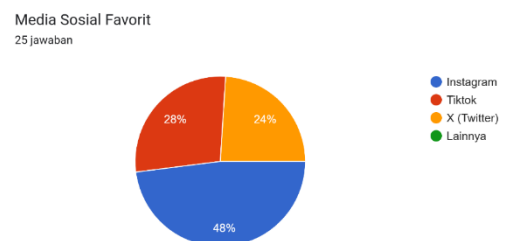
penelitian kali ini didominasi oleh perempuan dengan jumlah 21 orang (84%), sedangkan untuk responden laki-laki berjumlah 4 orang (16%).

## c. Profesi



Berdasarkan diagram gambar di atas, menyatakan bahwa mayoritas responden berstatus sebagai mahasiswa dengan jumlah 19 orang (76%). Sementara itu, terdapat responden dengan status pelajar berjumlah 5 orang (20%) yang merupakan pemilih pemula. Selain itu, untuk responden yang berstatus sebagai pekerja hanya terdapat 1 orang (4%).

## d. Media Sosial Favorit



Sumber: Data hasil penelitian pribadi

Mengacu pada gambar di atas, Instagram mendominasi sebagai media sosial favorit pada kalangan Generasi Z dengan total responden 12 orang (48%). TikTok menempati media sosial favorit



kedua dengan 7 responden (28%). Kemudian terdapat platform X (Twitter) yang dipilih oleh 6 responden (24%) sebagai media sosial favorit.

## 2. Unsur Pengetahuan dan Wawasan Generasi Z tentang PDI Perjuangan

Say	Say	Say	Say	Say	Say	Say	Say	Jumlah
2	3	2	3	3	3	3	3	19
2	3	2	2	3	2	2	2	16
2	4	2	3	3	3	3	3	20
2	3	2	2	3	1	1	1	14
2	3	2	3	2	3	3	3	18
3	4	2	4	4	4	4	3	24
1	3	2	2	2	2	2	2	14
2	4	2	3	2	3	3	3	19
4	4	3	3	3	3	3	3	23
3	4	3	3	3	2	2	2	20
3	4	2	3	3	3	2	2	20
4	4	3	3	4	4	4	4	26
3	3	3	3	3	3	3	3	21
4	4	2	3	3	3	3	3	22
3	4	3	3	3	3	4	4	23
3	3	3	2	3	4	4	4	22
3	3	3	3	3	3	3	3	21
2	4	3	3	3	3	3	3	21
3	3	3	3	3	3	3	3	21
3	4	3	3	2	3	3	3	21
3	4	2	3	3	2	2	2	19
4	4	4	3	3	3	3	3	24
3	4	4	3	3	3	4	4	24
2	4	2	2	2	2	2	2	16
3	3	2	3	3	3	3	3	20
65	84	60	66	66	66	66	66	508

Sumber: Data hasil penelitian pribadi

## 3. Unsur Afeksi atau Ketertarikan Emosional Generasi Z tentang PDI Perjuangan

Say	Say	Say	Say	Say	Say	Say	Say	Jumlah 2
3	3	3	3	3	3	3	3	21
2	2	2	2	2	2	2	2	14
2	2	3	1	1	2	2	2	13
2	2	3	2	2	2	3	3	16
3	3	3	2	2	3	2	2	18
2	2	3	1	2	2	1	1	13
3	1	2	2	2	2	2	2	14
3	2	3	2	3	3	3	3	19
2	3	3	3	3	2	3	3	19
3	2	3	3	3	2	2	2	18
2	2	2	3	2	3	2	2	16
4	4	4	4	4	4	4	4	28
3	3	3	3	3	3	3	3	21
3	3	4	3	3	3	4	4	23
2	1	1	2	2	1	2	2	11
3	4	4	4	4	4	4	4	27
3	3	3	3	3	3	3	3	21
2	2	3	2	2	3	3	3	17
2	2	3	2	2	2	2	2	15
2	2	2	2	2	2	2	2	14
3	2	3	2	3	2	3	2	18
2	2	3	2	2	3	2	2	16
3	4	4	4	4	3	3	3	25
2	2	2	2	2	2	2	2	14
2	2	3	3	2	3	3	3	18
58	55	67	57	58	59	60	60	449

Sumber: Data hasil penelitian pribadi

## 4. Unsur Penilaian Generasi Z tentang PDI Perjuangan

PDI	PDI	PDI	PDI	PDI	PDI	PDI	PDI	Jumlah 3
3	3	3	3	3	3	3	3	21
3	2	2	3	3	2	2	2	17
3	3	2	3	2	2	3	3	18
3	3	2	2	3	2	2	2	17
3	3	3	3	2	2	3	3	19
4	4	4	3	3	3	3	3	24
3	3	3	2	2	3	3	3	19
3	3	3	3	2	3	3	3	20
3	3	3	3	2	2	2	2	18
4	3	3	3	2	2	2	2	19
2	3	3	3	2	2	3	3	18
3	3	3	3	4	4	4	4	24
3	3	4	3	4	3	3	3	23
3	3	4	4	4	3	4	4	25
2	2	2	2	3	2	3	3	16
3	3	4	4	4	4	4	4	26
3	3	3	3	3	3	3	3	21
3	3	2	2	3	3	3	3	19
3	3	3	3	3	3	3	3	21
1	2	2	2	3	2	1	1	13
3	3	2	2	3	2	4	4	19
3	3	3	3	3	3	2	2	20
3	4	3	4	4	3	3	3	24
2	2	2	2	2	2	2	2	14
2	3	3	3	3	3	3	3	20
65	68	66	65	66	61	66	66	457

Sumber: Data hasil penelitian pribadi

Dengan menggunakan penilaian seperti di atas maka diperoleh total angka yakni Aspek

Pengetahuan atau Wawasan sebanyak 508, Aspek Afeksi atau Ketertarikan emosional sejumlah 449, dan aspek penilaian sejumlah 457 angka. Melalui hasil penilaian tersebut, maka dapat diketahui aspek yang kurang mendapatkan hasil memuaskan yakni dari segi afeksi atau ketertarikan emosional yang artinya komunikasi politik yang dilakukan belum mampu menggait Generasi Z untuk dapat bergabung dalam perpolitikan PDI Perjuangan Kota Semarang.

## **KESIMPULAN**

Strategi komunikasi politik yang dilaksanakan oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) Kota Semarang sejatinya telah dilakukan dalam rangka membangun citra partai di kalangan Generasi Z. Dari indikator komunikator politik, PDI Perjuangan Kota Semarang telah membangun struktur komunikator yang terorganisir dengan kader muda melalui BMI dan TMP yang menunjukkan kesadaran partai akan pentingnya keseimbangan antara pengalaman senior dan dinamika generasi muda dalam menyampaikan pesan politik.

Selanjutnya, dalam indikator pesan politik sudah dilakukan oleh PDI Perjuangan Kota Semarang dengan kemampuan adaptasi yang signifikan dalam mengemas pesan-pesan politiknya, sehingga menjadi lebih relevan dengan kehidupan sehari-hari Generasi Z, seperti kegiatan bantuan sosial pada saat Covid-19, penyelenggaraan kegiatan olahraga dan hiburan, komunikasi dua arah yang memberikan ruang diskusi, serta penyelenggaraan kegiatan bernuansa

keagamaan yang ditujukan untuk seluruh pemeluk agama.

Kemudian, dalam indikator sasaran politik, PDI Perjuangan menunjukkan pemahaman mendalam tentang karakteristik Generasi Z dengan mengadopsi pendekatan komunikasi yang lebih informal dan interaktif. Pemahaman ini tercermin dalam pemilihan lokasi, format kegiatan, dan gaya komunikasi yang lebih sesuai dengan karakteristik Generasi Z.

Sementara itu, terdapat indikator yang kurang maksimal dalam pelaksanaannya, yakni media politik. Dari segi pelaksanaan oleh partai belum terdapat konsistensi dalam membuat konten di media sosial seperti Instagram, TikTok, atau YouTube. Partai belum memanfaatkan fitur-fitur interaktif dalam platform tersebut seperti polling, Q&A, atau live streaming untuk membangun komunikasi dua arah. Selain itu, evaluasi media masih terbatas pada jumlah likes dan komentar pada suatu postingan, tidak sampai pada tahapan menggunakan engagement rate, sentiment analysis, atau tingkat interaksi Generasi Z dengan konten yang dipublikasikan.

Berdasarkan survei melalui kuesioner yang dibagikan kepada 25 responden yang merupakan Generasi Z di Kota Semarang, diperoleh data bahwa Generasi Z mayoritas menyatakan “Setuju” terhadap aspek pengetahuan mengenai PDI Perjuangan, mencakup latar belakang, logo, visi misi, tokoh partai, kampanye digital, isu, serta program PDI-P untuk generasi muda. Sementara itu, pada aspek afeksi menunjukkan hasil yang kurang memuaskan, di mana mayoritas responden Generasi Z menyatakan “Tidak Setuju”,

terhadap kedekatan PDI-P dengan anak muda, ketertarikan dan antusias dengan kegiatan PDI-P, konten media sosial, gaya komunikasi dan perhatian PDI-P terhadap aspirasi Generasi Z. Setelah mendapatkan wawasan dan afeksi mengenai PDI Perjuangan, maka diperoleh penilaian mengenai hal tersebut, yang menyatakan mayoritas responden Generasi Z “Setuju” dengan kinerja, keterbukaan terhadap kritik dan saran, inovasi dalam program, kader muda yang berkualitas, konsisten mendukung aspirasi Generasi Z, dan pada akhirnya berhasil minat Generasi Z dalam perpolitikan.

## SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan saran dalam menganalisis strategi komunikasi politik PDI Perjuangan untuk meningkatkan citra partai pada kalangan Generasi Z di Kota Semarang sebagai berikut:

1. Diperlukan optimalisasi kinerja organisasi sayap, seperti BMI maupun TMP agar dapat menciptakan struktural fungsional serta memaksimalkan potensi anggotanya dengan membentuk divisi khusus yang menangani sosial media, pengembangan kapasitas anggota melalui pelatihan dan menjalin kemitraan dengan komunitas yang relevan dalam rangka membangun kedekatan dengan Generasi Z.
2. Diperlukan peningkatan intensitas dan kreativitas dalam penggunaan media sosial oleh PDI Perjuangan Kota Semarang maupun organisasi sayap muda, seperti konten video pendek, *polling*, *Q&A*, atau *live streaming*. Pengembangan konten yang lebih interaktif dapat memperkuat hubungan dengan audiens termasuk Generasi Z.
3. Diperlukan pengembangan proses evaluasi konten secara lebih terstruktur dan komprehensif melalui analisis sentimen, maupun penggunaan matriks kuantitatif media sosial seperti *engagement rate*, *sentiment analysis*, atau tingkat interaksi Generasi Z dengan konten yang dipublikasikan, sehingga partai mengetahui relevansi konten dengan minat Generasi Z.
4. Kepada peneliti selanjutnya disarankan untuk meningkatkan kuantitas responden dengan mempertimbangkan jumlah populasi Generasi Z di Kota Semarang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kota Semarang. (22 April 2024). Luas Wilayah, Jumlah Penduduk, dan Kepadatan Penduduk. Diakses pada 7 Januari 2025, dari <https://semarangkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/NDgjMg==/luas-wilayah--jumlah-penduduk--dan-kepadatan-penduduk.html>
- Budiardjo, Miriam. 2008. Dasar-Dasar Ilmu Politik. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Kurnia, Y. R. (2023). Jatuh Bangun PDI-P Menuju Puncak Kejayaan. Kompas.id. Diakses pada 8 Maret <https://www.kompas.id/baca/polhuk/2023/01/11/jatuh-bangun-pdiperjuangan-menuju-puncak-kejayaan>
- Setiadi, W. (2018). Peran partai politik Dalam penyelenggaraan pemilu

Yang aspiratif dan demokratis.  
Jurnal Legislasi Indonesia, 5(1), 29-  
39.

Suryana, C. (2018). Komunikasi Poitik:  
Teori Dan Praktik. Bandung:  
Mimbar Pustaka.