

## Strategi Komunikasi Partai Kebangkitan Bangsa [PKB] Dalam Memenangkan Pemilu 2004

Tambunan, Heintje Hendrik Daniel, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=80249&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Partai Kebangkitan Bangsa [PKB] adalah partai bentukan Pengurus Besar Nahdlatul Ulama [PBNU]. Pada Pemilu 1999 lalu PKB menjadi partai terbesar ketiga di bawah PDIP dan Golkar. Dukungan besar dari warga Nahdlatul Ulama [NU] merupakan salah satu kunci sukses disamping kharisma yang dimiliki oleh tokoh-tokoh pendirinya, khususnya Gus Dur. PKB bertekad untuk menjadi partai pemenang Pemilu 2004 dengan target perolehan suara di atas 20%. Menghadapi Pemilu 2004 tantangan yang dihadapi PKB lebih berat mengingat pemilih inti PKB, yaitu warga NU, bisa saja berkurang ditambah lagi adanya konflik internal yang terjadi pasca kejatuhan Gus Dur. PKB identik dengan partainya warga NU, sementara tidak semua warga NU memilih dan menjadi pengurus PKB. Salah satu cara untuk mencapai target minimal perolehan suara adalah dengan merangkul massa diluar kalangan NU. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif-deskriptif. Penelitian ini memaparkan strategi komunikasi PKB dalam memenangkan Pemilu 2004. Kerangka teori dan penelitian ini adalah bagaimana prinsip-prinsip humas [research, objectives, strategies, implementation, evaluation] diterapkan oleh humas PKB. Positioning sebagai partai advokasi dan citra sebagai partai terbuka dan modern dikembangkan oleh PKB. Strategi komunikasi sudah terencana dan terpadu dengan memanfaatkan teknologi komunikasi dan informasi. PKB mengkategorikan para calon pemilih mereka kedalam 25 kelompok sasaran. Untuk menjangkau warga muslim, khususnya NU, PKB mengandalkan peran para kiai. Dalam menjangkau masyarakat PKB mengandalkan opinion leaders [kiai, tokoh adat, pemuka agama]. Slogan dan tema kampanye PKB banyak dan beragam disesuaikan dengan sasaran kelompok. Tema dan slogan kampanye tersebut sebenarnya bisa difokuskan hanya pada issue-issue yang sedang berkembang dan menjadi pusat perhatian masyarakat. Media relations, press agency, dan issues management perlu mendapat perhatian lebih dari humas PKB. Penelitian yang berkaitan dengan humas PKB selanjutnya sebaiknya menggunakan metode kuantitatif untuk melengkapi penelitian yang kualitatif ini.