

## **TIE IN PUBLICITY SEBAGAI STRATEGI ANDALAN YANG DIGUNAKAN PASLON KANDIDAT PARTAI POLITIK DALAM MENINGKAMPANYE KAN DAN MENARIK SIMPATI MASYARAKAT**

**Winda Kustiawan<sup>1</sup>, Novyanthi Adityaa<sup>2</sup>, Fachri Chairozi<sup>3</sup>, Rahma Sonia Marpaung<sup>4</sup>,  
Syahrifi Alvansyuhri<sup>5</sup>**

Universitas Islam Negri Sumatra Utara  
Email: novyanthiadityaa11@gmail.com

### **Abstract**

*Publicity and propaganda strategies cannot be separated from a political activity and are always in the main spotlight when someone is fighting for power. The publicity strategy is the first step to attract attention which will lead to attracting support for the general election. Not with hoaxes, negative campaigns or even black campaigns, but on the delivery of vision and mission, as well as performance results, achievements that have been achieved. Propaganda is a political tool in many ways. Propaganda often describes negative efforts or leads to something negative in influencing society. So it is necessary to look more deeply through media studies, interviews and surveys as supporting elements in seeing the direction of a policy is right or towards negative propaganda.*

**Keywords:** publicity, politic, campaign

### **Abstrak**

Strategi publisitas dan propaganda tidak bisa dilepaskan dari sebuah kegiatan politik dan selalu menjadi sorotan utama ketika seseorang bertarung dalam memperebutkan kekuasaan. Strategi publisitas adalah langkah awal untuk menarik perhatian yang berujung pada menarik dukungan pada pemilihan umum yang dilakukan. Bukan dengan hoaks, kampanye negatif atau bahkan black campaign, namun pada penyampaian visi dan misi, serta hasil kinerja, prestasi yang telah dicapai. Propaganda adalah alat politik yang memiliki beragam cara. Propaganda sering kali menggambarkan upaya negatif atau mengarah pada suatu hal yang negatif dalam memengaruhi masyarakat. Sehingga perlu dilihat lebih dalam melalui kajian media, wawancara dan survey sebagai elemen pendukung dalam melihat arah suatu kebijakan sudah tepat atau menuju propaganda negatif.

**Kata kunci:** publisitas, politik, kampanye

## **PENDAHULUAN**

Secara umum kita dapat mendefinisikan bahwa partai politik adalah suatu kelompok yang teroganisir yang anggota-anggotanya memppunyai sebuah orientasi, nilai-nilai, dan cita cita yang sama. Tujuan kelompok ini adalah memperoleh sebuah kekuasaan politik dan merebut kedudukan politik yang biasanya di raih lewat konstitusional untuk melakukan kebijakan-kebijakan dalam mencapai tujuanmereka.Perlu diterangkan bahwa partai politik sangat berbeda dengan gerakan (movement ) dan berbeda jugadengan kelompok penekan (pressur group) atau istilah yang lebih banyak digunakan pada dewasa ini yang memang memperjuangkan suatu kepentingan kelompok, atau memang ingin melakukan perubahan terhadap paradigma masyarakat kearah yang lebih baik. tingkatan seperti itu partai politik juga berkepentingan memperluas atau memperbanyak keanggotaan. Maka ia pun berusaha menarik sebanyak-banyaknya orang untuk menjadi anggotanya. Partai politik merupakan pilar penting dalam sistem demokrasi. Di Indonesia partai politik mendapatkan bantuan

anggaran dari negara, hal ini dimaksudkan agar partai politik dapat menjalankan fungsinya dengan baik.

Dalam rencana menyukseskan anggota nya pada agenda pemilihan umum yang di selenggarakan di Indonesia, banyak partai politik yang berlomba lomba untuk mempublikasikan calon nya agar menjadi pilihan masyarakat, dengan cara mengkampanyekan atau menyuarakan mengenai beragam visi misi yang akan di jalankan jika terpilih menjadi pemimpin, baik itu dalam skala rendah maupun dalam skala tinggi seperti presiden.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Partai Politik**

Partai politik dalam konsep demokrasi modern, diperlukan sbagai mesin pemerintahan yang mampu menjalankan roda birokrasi. Sebagian pemikiran pra demokrasi meyakini, tanpa partai politik demokrasi tidak berfungsi sebagaimana cita cita masyarakat madani di suatu negara bangsa. Dengan tidak adanya partai politik yang terorganisasi, masyarakat tidak dapat memikirkan kerja pemerintah perwakilan. Untuk itulah partai politik diwujudkan untuk memenuhi system keterwakilan. Persoalannya adalah ketika keterwakilan sepenuhnya diberikan pada akses partai politik, maka masyarakat secara tidak langsung kembali diasingkan.

Maka persoalan ini rumit, satu sisi parpol keberadaannya membantu masyarakat untuk bersuara, sisi lainnya ketika para politisi lebih banyak mengkhianati suara rakyat. Maka politik tidak lebih dari eklasi kepentingan sepihak politisi. Untuk itu, perlu adanya penyegaran, perundingan kembali terkait fungsi dan kebersihan partai politik bagi masyarakat demokrasi. Jika parpol dalam demokrasi didefenisikan sebagai organisasi yang mengorganisasikan suara masyarakat, maka defenisi tersebut bisa saja diberikan kepada LSM atau kelompok public yang terfragmentasi dan memiliki massa layak dimiliki.

### **Strategi Publisitas Politik**

Howard Stepenshon (1960) mengatakan bahwa publisitas adalah kejadian kejadian yang direncanakan. Publisitas adalah penempatan berupa artikel, foto, atau tayangan visual sarat secara nilai berita baik karena luar biasa, penting, atau mendengar unsur emosional. Kemanusiaan dan humor secara gratis dan bertujuan untuk memutuskan perhatian pada suatu tempat, orang atau suatu institusi yang biasanya dilakukan melalui penerbitan umum.

Sedangkan politik berasal dari kata polis yang berarti negara kota di zaman yunani klasik. Kemudian berkembang dalam berbagai bentuk bahasa inggris seperti public, politica, political, policy. Menurut Laswell (1963) memutuskan bahwa politik ialah siapa yang memperoleh apa, kapan, dan bagaimana caranya (who gets what, when, who) politik juga dipahami sebagai pembagian nilai nilai oleh berwenang, kekuasaan, dan pemegang kekuasaan. Pengaruh dan tindakan diarahkan untuk memperoleh tidakan lainnya.

Jika dilihat dari pengertian publisitas dan politik, dapat disimpulkan bahwa publisitas politik adalah suatu bentuk publistik dengan menggunakan media sebagai alat menyiarkan segala kegiatan atau segala sesuatu yang berkaitan dengan publisitas politik, yaitu:

a. Pure publicity

Merupakan cara mempopulerkan diri melalui aktivitas masyarakat dengan setting sosial yang natural atau dengan memanfaatkan latar alamiah kejadian biasa. Contoh: ucapkan “mari patuhi rambu lalu lintas” dengan embel embel nama dan foto kandidat. Dalam konteks pendekatan ini kit contoh yang nyata dapat dilihat.

b. Free ride publicity

Publisitas yang memanfaatkan kegiatan yang dimiliki oleh pihak ketiga. Contohnya: pembicara seminar atau diundang dalam acara peresmian gedung

c. Tie in publicity

Publisitas yang memanfaatkan kejadian luar biasa, contoh: para calon kandidat datang ke posko bencana alam.

d. Paid publicity

Merupakan kegiatan mempopulerkan diri dengan cara lewat dari pembelian rubik di media massa. Contohnya: pemasangan advertorial

Tentu saja kandidat bukanlah orang yang awam peraturan. Rata rata mereka mengetahui mana yang boleh dan mana yang tidak boleh dilakukan. Hanya saja, karena kepentingan politik untuk menggapai dua hal yakni suara dan kuasa maka kerap kali mengabaikan aturan, etika, dan keadaban berpolitik. Banyak cara mengamankan diri dari peraturan. Misalnya yang kerap kita jumpai adalah mengubah cara persuasive dari kampanye free ride publicity. Konsep publisitas biaanya berorientasi pada empat tujuan yaitu popularitas, penghargaan, niat baik, dan pemahaman di khalayak tujuan.

## Analisa Pengaplikasian Publisitas Politik

Publisitas merupakan aktivitas yang sudah tidak asing lagi digunakan di dunia politik pada saat ini. Publisitas ialah publikasi yang memerlukan media massa sebagai sarana untuk menyebar luaskan informasi maupun tindakan seseorang untuk dikenal public. Di Era perkembangan digital, individu semakin mudah mendapatkan akses komunikasi di media sosial kapanpun dan dimanapun. Setiap orang berhak melakukan apapun kegiatan publisitas dengan media sosial sebagai alat utama nya. bentuk komunikasi yang terjadi di jejaring sosial bersifat terbuka, menjadi media terbuka bagi siapa saja yang menjaring informasi atau berbagai informasi atau berinteraksi satu sama lain sehingga dapat mengekspresikan ide idenya dengan caranya masing masing.

Jika merujuk pada pendapat ramlan surbakti (1992) terdapat tiga dasar pembentukan partai politik. Pertama, partai politik dibentuk oleh kalangan legislative dan eksekutif yang ditentukan berdasarkan dengan pengangkatan, untuk mengadakan kontak dan membina dukungan dengan masyarakat. Kedua, partai politik dibentuk untuk mengatasi kebutuhan

partisipasi dan integrasi di masyarakat. Ketiga, partai politik dibentuk atas dasar kebutuhan modernisasi ekonomi.

### **Kiat Sukses Berkampanye**

Faktor faktor seperti branding partai, personal branding, kesesuaian anantara daerah pemilihan (dapil), media komunikasi yang digunakan, profil pemilihan dan bukan profil caleg merupakan tantangan bagi para caleg.

Personal branding adalah hal yang paling utama yang hendaknya dikerjakan, pemetaan yang akurat terhadap faktor faktor tersebut akan sangat membantu para caleg untuk sukses berkampanye. Nomor urut yang banyak, pada system suara terbanyak tidak memberi dampak yang cukup berarti karena semua caleg mempunyai kesulitan dan kans yang sama.

Target utama dalam berkampanye adalah bagaimana para calon memilih mengingat nama caleg, no urut, dan nama partai. Sementara itu slogan visi misi tidak perlu ditekankan lagi karena para pemilih tidak akan memikirkan slogan yang mirip yang dibuat oleh para caleg. Pemilu akan berhasil dengan baik dengan menggunakan metode yang baik,

### **Meminimalisir Kandidasi, Memudahkan Kemenangan**

Persyaratan calon yang maju dalam pilkada terlalu berat. Partai politik yang berhak mengajukan calon dalam pemilihan pilkada adalah partai politik atau gabungan partai politik yang memperoleh keuntungan 20% kursi di DPR atau 25% suara sah dalam pemilu di wilayah tersebut. persyaratan pasangan calon perorangan cukup ketat karna harus memenuhi dukungan 6,5-10% yang dibuktikan dengan kartu tanda penduduk (KTP).

Di samping itu, anggota, DPR, DPD, atau DPRD yang menjadi calon dalam pilkada haruslah mengundurkan diri dari jabatannya. Padahal, di banyak negara mereka masih tetap saja bisa menjabat kembali jika tidak terpilih menjadi kepala daerah. Ketentuan ini seharusnya berbeda, dalam arti tidak setara, dengan anggota TNI/POLRI, PNS. Jabatan legislative diperoleh melalui kontestasi politik dan periodik. Hal ini berbeda dengan PNS dan TNI/POLRI yang recruitment nya sekali untuk sepanjang hidup hingga batas pensiun.

Pada pilkada pilkada sebelumnya, lazim seorang anggota legislative menjadi calon dalam konstantasi pilkada. Mereka telah terbiasa dalam konstantasi politik sehingga memiliki matematika politik maupun spekulasi politik yang cukup memadai. Para anggota legislative tersebut mayoritas memperhitungkan jabatannya di legislatif jika harus menjadi calon dalam pilkada. Apalagi, masa jabatan mereka di legislative masih baru.

Langkah langkah politik para anggota legislative tersebut mungkin akan berbeda jika masa pilkada serentak hampir berbarengan atau dekat dengan pemilu legislative yang berdekatan waktunya. Menjadi kalkulasi politik tersendiri untuk menjadi calon legislative. Pada aspek yang lain, aturan kemenangan untuk pilkada hanya satu putaran mengharuskan calon berfikir keras untuk memperoleh kemenangan. Dalam kalkulasi politik, jika calon tidak benar benar “kuat” maka mereka tidak akan maju menjadi calon dalam pilkada.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian kali ini ialah menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dimana peneliti memanfaatkan berbagai sumber riset dari kata kata atau penjelasan yang dituangkan ke dalam sebuah buku yang menjadi referensi serta juga mengamati berbagai strategi para caleg yang sedang menyalonkan saat pilkada baik kepala desa maupun saat pemilihan presiden. Metode ini menyusun atas dasar asumsi dan pandangan yang digunakan oleh peneliti pada penelitian jurnal kali ini. Objek penelitian kali ini adalah para calon legislative yang sedang menarik simpati masyarakat. Analisis data pada penelitian ini adalah untuk mencari dan menata semua data dan informasi yang dikumpulkan secara lebih sistematis, sehingga pada penelitian kali ini dapat dijadikan sebagai temuan dan mengevaluasi secara mendalam tentang kasus yang diteliti

## HASIL PEMBAHASAN

Calon legislative dari berbagai partai politik yang ada di Indonesia sedang berlomba lomba untuk mencalonkan kandidat terbaiknya untuk bersaing di pemilu mendatang. Tidak hanya kandidat yang sudah dipersiapkan, namun juga mengenai iklan politik serta visi misi terbaik untuk membangun Indonesia yang lebih maju adalah bagian dari strategi atau trik yang sedang dijalankan oleh partai politik. Mempublish atau menunjukkan sisi terbaik dari berbagai calon kandidat. Banyak strategy yang digunakan oleh para calon kandidat legislatif agar mendapatkan banyak suara saat pemilu mendatang. Salah satu nya adalah strategi ‘**Tie-in Publicity**’ Adalah publisitas yang dilakukan dengan menginformasikan atau memublikasikan produk lewat media massa, seperti koran, televisi, dan radio yang sudah dikenal publik atau tie-in. Seiring berjalannya waktu, publik akan mengetahui informasi tentang produk itu dan berupaya mencarinya. Saat melakukan tie-in publicity, kerja sama sangat diperlukan, baik perusahaan dengan media ataupun antarmedia. Selain itu, tie-in publicity juga bisa dilakukan dengan memanfaatkan extraordinary news atau kejadian sangat luar biasa sebagai bentuk promosi diri. Biasanya hal ini dilakukan oleh politisi.

### **Bagaimana Strategi Tie In Ini Menjadi Strategi Yang Paling Efektif Digunakan Untuk Menarik Simpati Masyarakat?**

Tie in publicity ini sendiri merupakan salah satu strategi yang paling sering digunakan oleh pasangan calon legislatif baik dalam skala rendah maupun dalam skala tinggi, tie in publicity merupakan strategi yang dikatakan merupakan strategi yang paling jitu untuk menarik simpati masyarakat. Yang dimana selain terjun langsung kepada masyarakat, strategi ini juga dapat dilakukan pada media massa dengan menyebarkan poster poster wajah kandidat beserta visi misi yang akan dijalankan jikalau terpilih menjabat.

Selain itu, yang paling menonjol pada strategi ini adalah perihal calon kandidat yang ikut terjun langsung di tengah tengah masyarakat untuk melihat langsung kondisi yang dialami oleh masyarakat dan mendengarkan berbagai keluhan kesah yang terjadi di tengah tengah masyarakat yang ada. Banyak calon legislative yang mengambil kesempatan seperti

ini untuk menarik simpati masyarakat dan juga menumbuhkan citra positif terhadap dirinya dan partai pendukungnya.

### **Blusukan ‘Joko Widodo’ Pada Pelaksanaan Strategi Tie in Publicity?**

Dalam politik, kemasam atau kemampuan untuk mengelola citra politik menjadi sebuah penjelasan yang paling resprentif dalam banyak pemilihan umum. Di Indonesia, Jokowi memulai blusukan sebagai metode untuk meraih dukungan dari masyarakat Indonesia. Meskipun tidak mempunyai pondasi partai pada saat menjabat di periode pertama istilahnya hanya sebagai “pegawai partai politik” Jokowi mampu mencitrakan diri sebagai sosok yang humanis dan tegas serta merakyat. Tidak pernah kalah dalam hal pemilihan umum dan walikota solo sebelum menjabat sebagai presiden, metode ini membuktikan bahwa metode blusukan yang selama ini melekat pada diri Jokowi telah berhasil untuk menarik simpati masyarakat dan menumbuhkan citra yang positif.

Blusukan merupakan langkah strategis politikus untuk menjangkau masyarakat yang jauh dari lingkungan elit pemerintahan. Peran media juga menjadi daya jual sebuah pencitraan. Kesan pemimpin yang melayani rakyat dan melebur kasta elite dengan peoleter. Menghilangkan trauma masyarakat terhadap pemerintahan yang otoriter dan dictator pada masanya.

Salah satu bentuk blusukan yang dilakukan oleh Jokowi adalah mendatangi seluruh kegiatan pembuatan jalan tol yang ada di Indonesia, salah satunya adalah pengerjaan jalan tol “binjai – stabat” yang di datangi oleh Jokowi pada tahun 2020.

Selain itu Jokowi juga sering melakukan blusukan ke lokasi lokasi yang banyak sekali menarik simpati masyarakat.

Contohnya pada saat harga bahan pokok yang naik di salah satu pasar yang ada di kota Jakarta, untuk sekedar mendengarkan berbagai keluhan kesah warga saat menghadapi kenaikan bahan pangan ini. Karena masyarakat sangat berharap untuk pemimpin negeri yang bijaksana dan merakyat.

Selain itu pada tahun 2021, Jokowi juga melakukan blusukan terjun langsung ke rumah warga, di kelurahan Tanjung Priok, Kecamatan Tanjung Priok, Jakarta Utara, untuk membagikan sembako kepada warga. Selain membagikan sembako Presiden Jokowi juga membagikan paketan obat-obatan dan vitamin untuk dibagikan kepada masyarakat. Ada sekitar 200-ton beras yang dibagikan dan juga 300 paket obat-obatan, ini dibagikan kepada masyarakat yang khususnya mengalami dampak buruk terhadap pandemic Covid-19

### **Respon masyarakat terhadap calon legislative yang melakukan strategi “tie in publicity”?**

Calon legislative yang melakukan strategi “tie in” publicity ini bisa dikatakan sudah mampu mengambil hati dan simpati masyarakat yang akan mendukungnya. Masyarakat lebih tertarik kepada calon pemimpin yang sederhana, merakyat dan juga demokratis. Masyarakat Indonesia sebelumnya sudah cukup trauma dengan pemimpin yang otoriter dan

diktator, maka dari itu masyarakat sangat berharap agar mendapatkan pemimpin di masa yang akan datang adalah calon pemimpin yang bijaksana yang mengerti rakyatnya, yang mau mendengarkan berbagai keluhan yang dialami oleh rakyatnya, serta masyarakat juga sangat berharap agar pemimpin yang akan menjabat ini tidak “korupsi” sehingga dana yang disalurkan dapat dirasakan oleh rakyat

Karena jika metode iklan politik saja itu belum cukup untuk menarik simpati masyarakat terhadap paslon tersebut, masyarakat juga ingin melihat langsung kepribadian dari paslon legislative yang akan memimpin nantinya.

## KESIMPULAN

Tie in publicity merupakan salah satu bentuk strategi pada publisitas politik yang dimana strategi ini sering digunakan oleh para calon legislative dalam menarik simpati masyarakat pada masa priode kampanye. Tie in publicity ini dapat berupa terjun langsung melihat kondisi yang terjadi di tengah tengah masyarakat, contohnya pada kondisi pandemic ini bisa menjadi trik yang dilakukan oleh pasangan calon untuk menarik suara terbanyak di masa pemilu mendatang. Selain itu teknik tie in publicity ini juga merupakan teknik yang bisa dikatakan sebagai bagian dari teknik blusukan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M. (2022). Toward the Specific Criminal Procedures for Disabled Persons in Indonesia. *International Journal of Social Science, Education, Communication and Economics (Sinomics Journal)*, 1(2), 131–140. <https://doi.org/10.54443/sj.v1i2.13>
- Syamsuddin Haris. (2020). “Menuju Reformasi Partai Politik. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Charles Bonar Sirait. (2009). “Giat Cerdas Berkampanye di depan public”. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Bambang D. Prasetyo, Nufian S. Febriani. (2020). Malang: UB Press
- Dr. Gun Gun Heryanto, M.Si. (2018). “Media Komunikasi Politik”. Yogyakarta: IRCiSoDSuwahyono
- Gebreel, O. S. S., & Shuayb, A. (2022). Contribution of Social Media Platforms in Tourism Promotion. *International Journal of Social Science, Education, Communication and Economics (SINOMICS JOURNAL)*, 1(2), 189-198.
- Halomoan, K., & Sitabuana, T. H. (2022). Pajak, Pandemi, Dan Masyarakat. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(7), 1243-1254.
- Kustiawan, W., Ramadhani, K. R., Damanik, S. V., & Muharramsyah, A. (2022). Pengaruh Iklan Politik Dalam Mengambil Aspirasi Rakyat. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(8), 1371-1380.
- Nurasi dkk. 2004. *Pendoman Penampilan Majalah Ilmiah Indonesia*. Jakarta: Pusat Dokumentasi dan Informasi Ilmiah, LIPI.
- Wijana, I Dewa Putu. 2007. “bias gendr pada Bahasa Majalah Rema”. Tesis, Fakultas Ilmu budaya. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

---

Wiratih, I. A. K. S., Kawiana, I. G. P., & Susanti, P. H. The Role of Local Culture on The Effect of Leader Member Exchange on Employee Performance at Village Offices in Abiansemal District.