

MEMBANGUN CITRA PARTAI POLITIK MASA DEPAN
*(Studi Deskriptif Strategi Humas Partai Persatuan Pembangunan
Sleman DIY dalam Membangun Citra)*



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

ABDULLAH

07730052

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2011**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini ;

Nama : Abdullah
NIM : 07730052
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya atau penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya atau penelitian orang lain.

Demikian surat ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 20 Juni 2011


METERAI
TEMPEL
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
397E6AAF402659144
6000
Abdullah
NIM. 07730052



NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Kepada :
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara :

Nama : Abdullah
NIM : 07730052
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul skripsi : **“MEMBANGUN CITRA PARTAI POLITIK MASA DEPAN (Studi Deskriptif Strategi Humas Partai Persatuan Pembangunan Sleman DIY Dalam Membangun Citra)”**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu ilmu komunikasi.

Harapan saya semoga saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 20 Juni 2011
Pembimbing,

Drs. Bono Setyo, M.Si
NIP. 19690317 200801 1 013



PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor: UIN.02/DSH/PP.00.9/ /2011

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul : MEMBANGUN CITRA PARPOL MASA DEPAN
(Studi Deskriptif Strategi Humas Partai Persatuan
Pembangunan Sleman DIY dalam Membangun Partai)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Abdullah
NIM : 07730052
Telah dimunaqasyahkan pada : Jum'at, tanggal 24 Juni 2011
dengan nilai :

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga

SIDANG DEWAN MUNAQASYAH :

Ketua Sidang

Drs. Bono Setyo, M.Si
NIP. 19690317 200801 013

Penguji I

Fatma Dian Pratiwi, S.Sos., M.Si
NIP.19750307 200604 2 001

Penguji II

Yani Tri Wijayanti, S.Sos., M.Si
NIP.19800326 200801 2 010

Yogyakarta,

UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
DEKAN

Prof. Dr. Duding Abdurahman, M.Hum
NIP.19630306 198903 010

MOTTO

Man Jadda Wajada

“Barang siapa yang bersungguh-sungguh, pasti akan berhasil”

(buku al-mahfudzot)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skrípsi ini Ku persembahkan untuk....

Almamaterku Prodi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

§

"KEDUA ORANG TUAKU"

Abah dan Emak.....

Yang selalu mendoakan dan memberikan semangat

di setiap langkah-langkahku.....

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah, puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, sang Maha Pengatur segala alam semesta ini. Allah Maha Besar dengan segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Melalui karya ini, penulis berusaha dengan sistematis memberikan gambaran tentang bagaimana strategi Humas PPP Sleman Yogyakarta dalam membangun citra partai masa depan, guna mengetahui strategi dan peran Humas PPP Sleman sehingga bisa menjadi gambaran bagi partai-partai lain. Penulis sadar bahwa dalam pembuatan skripsi ini tidak terlepas atas bantuan, kesabaran, keuletan, serta semangat yang diberikan dari berbagai pihak. Oleh karenanya, pada kesempatan inilah penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. **DR. Dudung Abdurrahman, M. Hum** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora beserta staf-stafnya yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menggali dan mengembangkan ilmu seluas-luasnya selama kuliah di fakultas ini.
2. **Drs. Bono Setyo, M.Si** selaku Dosen Pembimbing dan Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora yang sangat baik dan penuh kesabaran mencurahkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk membimbing dan memberikan petunjuk dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.
3. **Seluruh dosen Ilmu Komunikasi**, yang telah banyak memberikan pengetahuan baru dalam bidang komunikasi.
4. **Pimpinan dan divisi Humas PPP Sleman Yogyakarta** (Muhammad Mumtakhin Arief) atas segala bantuan dan kerjasamanya selama saya melaksanakan penelitian disana dan tidak lupa pula **sekretaris PPP DIY**, (Imam Muharror) yang telah memberi rekomendasi untuk pengambil penelitian tentang partai ini.

5. **Kedua orang tuaku** H.Abd. Madjid Alawi dan Hj. Muhaiminah Thoyyib yang telah membesarkan, mendidik, membiayai, sehingga aku bisa menyelesaikan studi hingga saat ini..... Terimakasihku Untukmu!!
6. **Kakak-kakakku** (Musthofa, Mubarak, Fadhilah, Nurul, Siti, Umu, Ibrahim, Muthi'ah n Tutik), aku bangga dan bahagia menjadi bagian dari keluarga ini yang selalu mendukung dalam setiap langkah-langkahku.
7. **Teman-teman Ilmu Komunikasi '07:** Ninis, Zam2, Zahri, Samsul, Khirzan, Latif, Ima, Ratih, Wasi, Dewa, pipit, Hendra, genk kapak, gengk pesek, gatot & tiwul and all makasih buat kebersamaannya, kerjasamanya, dukungannya, serta kenangan indah selama kita berjuang bersama & akan selalu aku ingat sampai kapanpun!!
8. **Teman-teman Mahasiswa Klabanan** aku seneng ngaji, tajammu', ro'an, jalan2 dengan kalian.....Musaddad, Arda, Alfat, Rofik dan semua.
9. **Teman-teman Kos pak Gunawan** aku seneng bercanda dengan kalian.....Gusban(Andra), Mufid, Amin, Eko, Fajar, Sahid & Saiful dan semua.
Terakhir tapi yang terpenting “adalah kalian” semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, tapi pasti kalianlah yang mampu memberikan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
Terimakasih buat semuanya... Semoga kita semua selalu dalam lindungan-Nya.
Amin!!

Yogyakarta, 20 Juni 2011
Penyusun,

Abdullah
NIM. 07730052

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
ABSTRACTIONS	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
D. Telaah Pustaka.....	6
E. Landasan Teori	8
1. <i>Definisi Public Relations</i>	8
2. <i>Pencitraan</i>	11
3. <i>Strategi Public Relations</i>	12
4. <i>Sistem Politik</i>	13
5. <i>Demokrasi</i>	14
F. Metode Penelitian.....	15
1. Jenis Penelitian.....	15
2. Subjek dan Objek Penelitian	16
3. Metode Pengumpulan Data	16
4. Jenis Data	16
5. Metode Analisis Data.....	17
6. Metode Keabsahan Data	18

BAB II	GAMBARAN UMUM KEBUN PARTAI PERSATUAN PEMBANGUNAN SLEMAN DIY	
	A. Gambaran Umum PPP.....	20
	B. PPP Sleman.....	26
	C. Visi PPP Sleman.....	27
	D. Misi PPP Sleman	29
	E. Program Kerja PPP Sleman.....	34
	F. Agenda Strategis PPP Sleman	39
BAB III	PEMBAHASAN	
	A. Citra PPP Sleman	45
	B. Strategi Humas PPP Sleman.....	48
	C. Membangun PPP Masa Depan	51
BAB IV	PENUTUP	
	A. Kesimpulan.....	72
	B. Saran.....	73
	C. Kata Penutup.....	74
	DAFTAR PUSTAKA	76
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	
	CURICULUM VITAE	

ABSTRACT

To communicate the image of the Political Party United Development Party Sleman Yogyakarta implement public relations or public relations activities. The activities of the Public Relations has a goal to build the image of political parties in the eyes of society, and improve management of the party. Based on the background of the authors limit the problem is, the implementation of public relations activities, the public response to the image of party unity is applied in the construction of a public relations.

Analysis programs, and methods capable of analyzing the micro matters relating to strategy and tactics of imaging communication. The research method used by the authors in this study is qualitative research with a descriptive type of research that aims to create a systematic descriptive, factual and accurate about the facts or properties of certain objects.

Based on analysis and interviews note that the United Development Party has a strategy to build the image of Sleman party's future through: supporting the main activities of management, foster a harmonious relationship between ppp with public, identifying everything that is related to the opinions, perceptions and responses, the desire to serve the public and create two-way communication.

Keywords: Public Relations, Image and Political Party.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejarah perkembangan partai politik di Indonesia sangat mewarnai perkembangan demokrasi di Indonesia. Hal ini sangat mudah dipahami, karena partai politik merupakan gambaran wajah peran rakyat dalam percaturan politik nasional atau dengan kata lain merupakan cerminan tingkat partisipasi politik masyarakat.

Romantika kehidupan partai politik sejak kemerdekaan, ditandai dengan bermunculannya banyak partai (multi partai). Secara teoritikal, makin banyak partai politik memberikan kemungkinan yang lebih luas bagi rakyat untuk menyalurkan aspirasinya dan meraih peluang untuk memperjuangkan hak-haknya serta menyumbangkan kewajibannya sebagai warga negara. Banyaknya alternatif pilihan dan meluasnya ruang gerak partisipasi rakyat memberikan indikasi yang kuat bahwa sistem pemerintahan di tangan rakyat sangat mungkin untuk diwujudkan.

Sistem politik Indonesia telah menempatkan Partai Politik sebagai pilar utama penyangga demokrasi. Artinya, tak ada demokrasi tanpa Partai Politik. Karena begitu pentingnya peran Partai Politik, maka sudah selayaknya jika diperlukan sebuah peraturan perundang-undangan mengenai Partai Politik. Peraturan perundang-undangan ini diharapkan mampu menjamin pertumbuhan Partai Politik yang baik, sehat, efektif dan fungsional. Pentingnya keberadaan Partai Politik dalam menumbuhkan demokrasi harus dicerminkan dalam peraturan perundang-undangan. Seperti diketahui hanya

Partai Politik yang berhak mengajukan calon dalam Pemilihan Umum. Makna dari ini semua adalah, bahwa proses politik dalam Pemilihan Umum (Pemilu), jangan sampai mengebiri atau bahkan menghilangkan peran dan eksistensi Partai Politik. Kalaupun saat ini masyarakat mempunyai penilaian negatif terhadap Partai Politik, bukan berarti lantas menghilangkan eksistensi partai dalam sistem ketatanegaraan. Semua yang terjadi sekarang hanyalah bagian dari proses demokrasi.

Partai politik adalah sarana politik yang menjembatani elit-elit politik dalam upaya mencapai kekuasaan politik dalam suatu negara yang bercirikan mandiri dalam hal finansial, memiliki *platform* atau haluan politik tersendiri, mengusung kepentingan-kepentingan kelompok dalam urusan politik, dan turut menyumbang *political development* sebagai suprastruktur politik.

Pemilihan umum di tahun 2008 memberikan jarak yang begitu jauh antara total eksistensi pemilih dengan para kandidat capres/cawapres, dan menciptakan jarak komunikasi politik yang sangat panjang. Upaya untuk memperpendek jarak komunikasi itu, misalnya dengan menggelar *road-show*, anjongsana, atau *face to face* rekrutmen, tentu saja menjadi hal yang mustahil oleh sebab begitu luas wilayah dan begitu banyak segment *constituent* yang bakal terlewati. Meski demikian, *road-show*, anjongsana, *face to face* rekrutmen atau berbagai rupa kontak fisik langsung lainnya antara capres/cawapres dengan pemilih, tetap merupakan bagian dari sirkuit penggalangan pemilih, namun tidak dalam kerangka rekrutmen besaran-besaran fisik jumlah suara pemilih yang berhasil ditemui untuk digalang, melainkan tetap dalam konteks membangun pencitraan diri.

Partai Persatuan Pembangunan atau lebih akrab disebut PPP merupakan salah satu partai tertua di Indonesia yang masih eksis dan bertahan hingga sekarang. PPP juga dikatakan sebagai partai warisan orde baru yang tetap melandaskan “*Agama Islam*” sebagai pedoman dan pembangun partai.

Ismail Hasan Metareum (IHM), Ketua Umum DPP PPP menolak anggapan bahwa PPP merupakan bagian dari rezim Orde Baru (Orba) pimpinan HM Soeharto (Republika, 16/7). Dia juga mengakui, bahwa dilihat dari sejarah pembentukannya mungkin benar. Namun dari sudut kenyataan, katanya, sepanjang perjalanan Orba, PPP tidak pernah berhenti melakukan "amar ma'ruf nahi munkar". Sebagaimana dalam firman Allah:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ

بِاللهِ وَلَوْ ءَامَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِّنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

Artinya: Kamu adalah Ummat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka; di antara mereka ada yang beriman dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik. (Al-qur'an, surat Ali Imron :110)

IHM mengatakan, "Perlu Reformasi untuk tumbuhkan kepercayaan kepada pemerintah." Itu dikemukakannya dalam acara peringatan hari lahirnya ke-25 PPP di halaman Sekretariat DPP PPP. Jadi reformasinya bukan seperti yang dituntut oleh gerakan mahasiswa dan rakyat, yaitu reformasi total di segala bidang, termasuk direformasinya kekuasaan Soeharto. Sedang reformasi

yang diizini IHM ialah untuk menumbuhkan kepercayaan pada pemerintahan Soeharto, Orde Baru.

Maka dari itu penulis ingin meneliti salah satu partai politik di Indonesia yang berada di kabupaten Sleman yaitu PPP Sleman sebagai tolak ukur pencitraan partai politik masa depan, sehingga partai politik tak hanya menjanjikan wacana dan memperebutkan kursi kekuasaan. Namun juga bisa menjadi suri tauladan bagi bangsa Indonesia.

PPP Sleman mempunyai arah tujuan yang jelas dengan mengadakan sosialisasi yang membantu masyarakat dan pemerintah di bidang politik, pendidikan dan keagamaan. PPP Sleman dikenal oleh warga Sleman, Yogyakarta dan sekitarnya sebagai salah satu partai politik tertua di Indonesia yang mampu bertahan hingga sekarang membangun citra partai politik yang tidak hanya menjanjikan wacana saja, namun memberikan wujud nyata yang bermanfaat bagi masyarakat.

PPP Sleman tentunya mempunyai sebuah strategi pencitraan yang handal yang membuatnya tetap bertahan menghadapi persaingan dalam dunia politik. Karena DPC PPP Sleman memiliki 4 kursi lebih banyak di bandingkan dengan DPC PPP Kota Yogyakarta 2 kursi, DPC PPP Kulon Progo 1 kursi dan DPC PPP Gunung Kidul 1 kursi. Strategi pencitraan yang dicanangkan pastinya saling bersinergi sehingga bisa mendapat jatah kursi lebih banyak dan mendukung semua program yang dihasilkan. Strategi ini tentunya membutuhkan amanah dan kejujuran untuk dapat menguasai pasar dan

kepercayaan customer / pengiklan. Amanah dan kepercayaan tersebut juga tertuang dalam syariat Islam sesuai dengan hadits Raulullah SAW:

“Apabila berbicara mereka tidak berdusta, apabila berjanji tidak mengingkarinya, apabila diamanati tidak mengkhianatinya, apabila mempunyai hak tidak mempersulit, dan apabila punya tanggungan tidak menundanya.” **(HR. Al Ashbahani dan Baihaqi).**

Oleh sebab itu sebagai mahasiswa komunikasi tentunya kami memahami hal tersebut. Strategi Pencitraan menjadi pilihan terbaik bagi PPP Sleman untuk berkembang meningkatkan kualitas SDM, membina hubungan dengan masyarakat, dan meningkatkan mutu dan kualitas partai dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui:

“Bagaimana Strategi Humas PPP Sleman Yogyakarta dalam membangun citra partai politik masa depan?”

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengidentifikasi strategi humas PPP Sleman dalam membangun citra partai politik masa depan.
2. Untuk mengetahui peran humas PPP Sleman dalam membangun partai politik masa depan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap perkembangan dan pendalaman ilmu komunikasi, khususnya mengenai pencitraan partai politik.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi PPP Sleman untuk menunjang praktek strategi pencitraan yang efektif dalam mempromosikan dan menjual di masyarakat, sehingga dapat menjadi rujukan bagi partai-partai lain.

E. Telaah Pustaka

Beberapa penelitian sebelumnya yang membahas tentang “pencitraan diri dan partai politik” antara lain:

H. Zulkarnain dalam buku *“Koalisi Dominan Refleksi Kritis atas Peran dan Fungsi Public Relations dalam Manajemen”* menjelaskan penelitiannya tentang *Public Relations Politik*, bahwa para kontestan dan petinggi partai politik dalam pemilu 2004 dan pemilu 1999 masih belum optimal dalam melakukan pembelajaran politik bangsa, masih terjebak dengan metode komunikasi Retorika Politik, Propaganda Politik dan Agitasi Politik, masih melakukan kampanye politik pengerahan massa yang mencerminkan pembodohan rakyat dalam proses pembelajaran politik bangsa. (Nyak Baik, 2004:100).

Sedangkan di buku lain Abdul Aziz mengungkapkan bahwa *“Partai Amar Ma’ruf Nahi Mungkar adalah Perjuangan dan Sikap Politik Partai Fraksi Persatuan Pembangunan Pada Siding Tahunan MPR RI Tahun 2000”*. (Aziz, 2000:12). Buku yang membahas sikap partai dalam sidang

tahunan MPR RI tahun 2000. Salah satunya adalah tentang penolakan terhadap presiden perempuan.

Skripsi yang disusun oleh Fatkhurrahman mahasiswa Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul "*PPP dan Asas Tunggal: Studi Orientasi Politik PPP Tahun 1984-1992*",(1998). Adalah koleksi skripsi pertama kali yang membahas tentang Partai Persatuan Pembangunan. Skripsi ini memuat tentang berubahnya paradigma, pola gerakan maupun kriteria pemimpin partai setelah menjadi asas tunggal pancasila.

Skripsi yang disusun oleh Muhammad Saifudin mahasiswa Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul "*Kriteria Pemimpin dalam Partai Persatuan Pembangunan*",(2009). Skripsi ini memuat tentang tiga nilai kriteria pemimpin PPP: Modal Politik, Modal Sosial dan Modal Finansial.

Dari keempat penelitian diatas penulis mengambil kesimpulan bahwa humas dan citra parpol adalah dua hal yang menyatu dan sulit untuk dipisahkan. Dan berfungsi untuk menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga/organisasi dengan publiknya baik internal maupun eksternal dalam pencapaian pengertian dan menumbuhkan motivasi publiknya. Adapun humas secara mendasar menjadi tanggung jawab dari pimpinan puncak (top management). Humas diharapkan bisa menjadi mata, telinga, dan tangan kanan pimpinan puncak perusahaan.

F. Landasan Teori

1. Definisi Public Relations

Definisi mempunyai setidaknya dua tujuan, yaitu membantu kita memahami dunia di sekitar kita dan menyatakan pandangan tertentu tentang bagaimana satu konsep berkaitan dengan konsep lain. Konsekuensinya, definisi *public relations* semestinya bisa membantu kita memahami apa itu *public relations* dan apa yang dilakukannya, serta bagaimana *public relations* berhubungan dengan aktivitas organisasi lainnya.

Public Relations adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. (Cutlip, Center & Broom, 2006:6).

Menurut Cutlip, Center & Broom definisi di atas menempatkan *public relations* sebagai fungsi manajemen, yang berarti bahwa manajemen di semua organisasi harus memperhatikan *public relations*. Definisi ini juga mengidentifikasi pembentukan dan pemeliharaan hubungan baik yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publik sebagai basis moral dan etis dari profesi *public relations*. Pada saat yang sama, definisi ini mengemukakan kriteria untuk menentukan apa itu *public relations* dan apa yang bukan *public relations*.

IPRA (*International Public Relations Association*) merumuskan definisi *public relations* sebagai berikut :

“Public Relations is a management function, of a continuing and planned character, through which public and private organizations and institutions seek to win and retain the understanding, sympathy, and support of those with whom there are or may be concerned by

evaluating public opinion about themselves, in order to correlate, as far as possible their own policies and procedures, to achieve by planned and widespread information more productive corporation and more efficient fulfillment of their common interests”.

Dalam pengertian di atas, *public relations* merupakan fungsi manajemen dari sikap budi yang direncanakan dan dijalankan secara berkesinambungan, yang oleh organisasi-organisasi dan lembaga-lembaga umum dan pribadi dipergunakan untuk memperoleh dan membina saling pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang ada sangkut pautnya dan yang diduga akan ada kaitannya, dengan cara menilai opini publik mereka, dengan tujuan sedapat mungkin menghubungkan kebijaksanaan dan ketatalaksanaan guna mencari kerjasama yang lebih produktif dan untuk memenuhi kepentingan bersama yang lebih efisien, dengan kegiatan penerangan yang terencana dan tersebar luas.

“Public Relations is the management function which evaluates public attitudes, identifies the policies and procedures of an individual or an organization with the public interest, and executes a program of action to earn public understanding and acceptance”. (Betrand R. Canfield, 1964, hal. 4).

Pengertian tersebut hampir sama dengan pengertian yang diutarakan oleh Cutlip, Center & Broom, hanya saja tujuannya lebih khusus, yaitu mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan aturan seseorang atau organisasi demi kepentingan publik dan melaksanakan suatu program kegiatan untuk memperoleh pengertian dan penerimaan publik.

Menurut definisi kamus terbitan *Institute of Public Relations* (IPR), yakni sebuah lembaga *public relations* terkemuka di Inggris dan Eropa, terbitan bulan November 1987, *“Public Relations* adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka

menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya”.

Upaya yang terencana dan berkesinambungan dalam pengertian di atas berarti *public relations* adalah suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasi sedemikian rupa sebagai suatu rangkaian kampanye atau program terpadu, dan semuanya itu berlangsung secara berkesinambungan dan teratur. Kegiatan *public relations* sama sekali tidak bisa dilakukan secara sembarangan atau dadakan. Tujuan *public relations* itu sendiri adalah untuk memastikan bahwa niat baik dan kiprah organisasi yang bersangkutan senantiasa dimengerti oleh pihak-pihak lain yang berkepentingan atau lazim disebut sebagai seluruh “khalayak” atau publiknya.

Sedangkan menurut kamus *Fund and Wagnal, American Standard Desk Dictionary* terbitan 1994, istilah *public relations* diartikan sebagai segenap kegiatan dan teknik atau kiat yang digunakan oleh organisasi maupun individu untuk menciptakan atau memelihara suatu sikap dan tanggapan yang baik dari pihak luar terhadap keberadaan dan sepak terjangnya.

Istilah “kiat” dalam definisi tersebut mengindikasikan bahwa *public relations* harus menggunakan metode manajemen berdasarkan tujuan (*management by objectives*). Dalam mengejar suatu tujuan, semua hasil atau tingkat kemajuan yang telah dicapai harus bisa diukur secara jelas, mengingat *public relations* merupakan kegiatan yang nyata.

Dalam membantu mendefinisikan dan mengimplementasikan kebijakan, praktisi *public relations* menggunakan beragam keahlian

komunikasi profesional dan memainkan peran integratif baik itu di dalam organisasi maupun antara organisasi dan lingkungan eksternal. Definisi di atas juga menyejajarkan aspek-aspek *public relations* dengan aspek-aspek ilmu sosial dari suatu organisasi, yakni menonjolkan tanggung jawab organisasi kepada kepentingan publik atau kepentingan masyarakat luas. Setiap organisasi dinilai berdasarkan sepak terjangnya, karena *public relations* jelas berkaitan dengan niat baik dan reputasi.

2. Pencitraan

Pengertian citra adalah abstrak atau *intangibile*, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian, penerimaan, kesadaran, dan pengertian seperti tanda respek dan rasa hormat, dari publik atau masyarakat luas kepada perusahaan ataupun personelnnya yang dipercaya, profesional, dan dapat diandalkan dalam pemberian pelayanan yang baik (Ruslan, 1997:50)

Citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan. Orang mencari sifat tertentu dalam citra. Harus ada pesan tunggal yang menunjukkan keunggulan utama dan posisi produk. Pesan itu juga harus unik sehingga tidak dikacaukan dengan pesan serupa dari pesaing. Pesan tersebut pun harus memiliki kekuatan emosional untuk membangkitkan perasaan selain pikiran pembeli (Kotler, 1994 :401)

Dari penjelasan di atas bahwa citra dapat terbentuk sepenuhnya oleh bagaimana humas mampu membangun persepsi yang didasarkan oleh realitas yang terjadi. Semua proses yang terjadi ini tentunya dibangun dengan nilai kredibilitas serta kepintaran pihak perusahaan dalam mengemas pesan yang ingin disampaikan.

“Citra perusahaan di mata publik dapat terlihat dari pendapat atau pola pikir komunal pada saat mempersepsikan realitas yang terjadi. Realitas yang bisa didapatkan dari media massa atau media-media lain yang berhubungan langsung dengan publik, bisa dianggap mewakili persepsi yang lebih besar atau massif, yakni seluruh masyarakat. Dengan begitu, satu hal yang perlu dipahami sehubungan dengan terbentuknya sebuah citra perusahaan adalah adanya persepsi (yang berkembang dalam benak publik) terhadap realitas (yang muncul dalam media)” (Wasesa, 2005:13)

Pesan komunikasi yang bersifat informasi persuasif berfungsi untuk membangun dan mempertahankan pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang mengenai hal tertentu.

3. Strategi Public Relations

Dalam Strategi Public Relations (Wasesa,2010:26-53) Dimensi Pencitraan mencakup, Organisasi, budaya, citra perseorangan, fisik, *relationship*, refleksi.

Hal-hal tersebut dijabarkan dalam dua aktivitas, yakni :

1. Kategori Ruang (*Space Category*), kategori ini membagi aktivitas pencitraan organisasi menjadi dua, yakni bagian internal dan eksternal.
 - a) Internal adalah kategori yang berkaitan dengan aktivitas pencitraan yang disebabkan oleh bagian internal organisasi. Dimensi organisasi tersebut adalah Organisasi, budaya dan citra perseorangan.
 - b) Eksternal merupakan kategori yang berkaitan dengan aktivitas eksternal organisasi dan memiliki kedekatan pengaruh terhadap model pencitraan, meliputi fisik, *relationship*, dan refleksi.
2. Kategori *Sender* dan *Recipients*, kategori ini terdiri atas Kudapan Informasi (*sender*):menitik beratkan pada hasil akhir atas kemasan informasi yang diharapkan mampu mengubah paradigma target atas sebuah tujuan pencitraan

positif dan Lahan Komunikan (*Recipients*): menitikberatkan pada kesiapan publik akan penerimaan informasi atau memang sudah tercipta sebuah informasi dimata publik.

4. Sistem Politik

Sistem politik adalah subsistem dari sistem sosial. Perspektif atau pendekatan sistem melihat keseluruhan interaksi yang ada dalam suatu sistem, yakni suatu unit yang relatif terpisah dari lingkungannya dan memilikihubungan yang relatif tetap diantara elemen-elemen pembentuknya. Kehidupan politik dari perspektif sistem bisa dilihat dari berbagai sudut, misalnya dengan menekankan pada kelembagaan yang ada kita bisa melihat pada struktur hubungan antara berbagai lembaga atau institusi pembentuk sistem politik.

Hubungan antara berbagai lembaga negara sebagai pusat kekuatan politik misalnya merupakan satu aspek, sedangkan peranan partai politik dan kelompok-kelompok penekan merupakan bagian lain dari suatu sistem politik. Dengan merubah sudut pandang maka system politik bisa dilihat sebagai kebudayaan politik, lembaga-lembaga politik, dan perilaku politik.

Model sistem politik yang paling sederhana akan menguraikan masukan(*input*) ke dalam sistem politik, yang mengubah melalui proses politik menjadi keluaran (*output*). Dalam model ini masukan biasanya dikaitkan dengan dukungan maupun tuntutan yang harus diolah oleh sistem politik lewat berbagai keputusan dan pelayanan publik yang diberikan oleh pemerintahan untuk bisa menghasilkan kesejahteraan bagi rakyat. Dalam perspektif ini, maka efektifitas sistem politik adalah kemampuannya untuk menciptakan kesejahteraan bagi rakyat.

Sistem politik pada suatu negara terkadang bersifat relatif, hal ini dipengaruhi oleh elemen-elemen yang membentuk sistem tersebut. Juga faktor sejarah dalam perpolitikan di suatu negara. Pengaruh sistem politik negara lain

juga turut member kontribusi pada pembentukan sistem politik disuatu negara. Seperti halnya system politik di Indonesia, seiring dengan waktu, sistem politik di Indonesia selalumengalami perubahan.

Indonesia merupakan bagian dari sistem politik dunia, dimana sistem politik Indonesia akan berpengaruh pada sistem politik negara tetangga maupun dalam cakupan lebih luas. Struktur kelembagaan atau institusi khas Indonesia akan terus berinteraksi secara dinamis, saling mempengaruhi, sehingga melahirkan system politik hanya dimiliki oleh Indonesia. Namun demikian, kekhasan sistem politik Indonesia belum dapat dikatakan unggul bila kemampuan positif struktur dan fungsinya belum diperhitungkan sistem politik negara lain. (Website:Wikipedia).

5. Demokrasi

Demokrasi adalah bentuk atau mekanisme sistem pemerintahan suatu negara sebagai upaya mewujudkan kedaulatan rakyat(kekuasaan warga negara) atas negara untuk dijalankan oleh pemerintah tersebut, salah satu pilarr demokrasi adalah trias politika, yang membagi ketiga kekuasaan politik negara(eksekutif, yudikatif dan legislatif) untuk mewujudkan dalam tiga jenis lembaga negara yang saling lepas (independen) dan berada dalam tingkat yang sejajar satu sama lain kesejajaran dan independensi ketiga jenis lembaga Negara ini di perlukan bias ssaling menguasai dan saling mengontrol berdasarkan prinsip *checks and balance*. (Website: Wikipedia).

Dari uraian diatas penulis berasumsi bahwa demokrasi hanyalah sebuah sistem yang mengawali berjalannya sebuah pemerintahan, namun pada hakikatnya yang terpenting adalah kesejahteraan masyarakat pada umumnya, dan seiring dengan perkembangan teknologi dan informs decara tidak langsung

membantu berjalannya proses demokrasi agar berjalannya bias lebih baik, namun tetap saja hal ini sulit untuk di jangkau dengan jangkauan yang sangat mendalam hingga pada level masyarakat yang paling bawah, dan dalam hal ini penulis melihat bawa pencitraan diri bias dimanfaatkan untuk kemudian menjangkau level-level masyarakat bawah tentu hal ini berkaitan dengan konten(isi) dari pencitraan diri tersebut, inilah yang mengawali penulis untuk menggali partai-partai politik yang beredar di pentas demokrasi bangsa Indonesia ini.

Demokrasi juga bisa menciptakan rasa damai antar suku, budaya dan agama sesuai dengan surat Al-Hujurat ayat 13 yang berbunyi:

Wahai manusia! Sesungguhnya Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan, kemudian Kami jadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku, agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertakwa. (surat Al-Hujurat:13)

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Untuk menganalisis data dalam penelitian ini penulis menerapkan metode studi deskriptif yang bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Periset sudah mempunyai konsep (biasanya satu konsep) dan kerangka konseptual. Melalui kerangka konseptual (landasan teori), periset melakukan operasionalisasi konsep yang akan menghasilkan variabel beserta indikatornya. Riset ini untuk menggambarkan realitas

yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antarvariabel.
(Kriyantono, 2006:69)

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah Humas Partai Persatuan Pembangunan Sleman, DIY. Dan objek penelitian ini adalah strategi pencitraan partai yang dilakukan Partai Persatuan Pembangunan Sleman, DIY.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah:

- a. Observasi yaitu pengamatan atau peninjauan lokasi sebelum diadakannya penelitian.
- b. Wawancara kepada Tokoh-tokoh PPP, Tokoh Masyarakat dan Pengamat Politik.
- c. Dokumentasi adalah pengumpulan data, baik softcopy maupun hardcopy.

Teknik yang digunakan untuk bertanya dalam wawancara kepada responden cenderung berupa topik dan biasanya tanpa diberikan pilihan jawaban karena tujuannya menggali ide responden secara lebih mendalam (*indepth interview*).

4. Jenis Data

Jenis data yang dikumpulkan dibagi menjadi dua berdasarkan jenisnya, yaitu:

a. Data Primer

Data ini merupakan data yang dikumpulkan dari lapangan dengan melakukan *indepth interview* kepada beberapa informan kunci atau subjek penelitian dan pihak-pihak yang terkait dengan Partai Persatuan Pembangunan Sleman, DIY.

b. Data Sekunder

Data ini merupakan data yang diperoleh dari studi kepustakaan atau buku literature, publikasi nasional dan internasional, majalah, internet, data base perusahaan, dan lain-lain mengenai informasi-informasi yang terkait dengan penelitian. Pencarian data ini perlu dilakukan dengan pertimbangan bahwa data-data tersebut dapat menjadi jembatan dari fakta dan realitas yang terjadi di lapangan sehingga diperoleh validitas data serta pengetahuan yang lebih terhadap objek penelitian.

5. Metode Analisis Data

Dalam penelitian deskriptif ini, metode analisis data yang digunakan adalah analisis model Miles & Huberman dalam buku Metode Penelitian Kualitatif (Moeloeng, 2002:248), di mana dijelaskan bahwa analisis data meliputi tiga alur kegiatan, yaitu:

- a. Reduksi data. Merupakan proses pemilihan data, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan dan verifikasi.

- b. Penyajian data. Dalam penyajian data ini seluruh data dilapangan yang berupa hasil wawancara dan dokumentasi akan dianalisis sesuai dengan teori yang telah dipaparkan sebelumnya.
- c. Penarikan kesimpulan adalah kegiatan penggambaran secara utuh dari obyek yang diteliti pada proses penarikan kesimpulan berdasarkan penggabungan informasi yang telah disusun dalam suatu bentuk yang pas pada penyajian data.

6. Metode Keabsahan Data

Metode yang digunakan dalam pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini adalah Triangulasi, Rekam Jejak (*Audit Trail*) dan deskripsi padat (*Thick Description*). *Pertama*, Triangulasi merupakan teknik menganalisis jawaban subyektif dengan meneliti kebenaran melalui data empiris (sumber data lain) yang tersedia. Di sini jawaban subjek dikroscek dengan dokumen yang ada (Kriyantono, 2007:71). Dalam penelitian ini menggunakan Triangulasi data, seperti; mengumpulkan data dari kelompok, lokasi atau latar, atau waktu yang berbeda-beda sesuai dengan fakta autentik yang ada di lapangan.

Kedua, Rekam jejak (*Audit Trail*) merupakan metode reliabilitas dalam riset kualitatif yakni catatan terperinci berisi dokumentasi data, keputusan, metode yang telah dibuat selama proyek penelitian berlangsung serta deskripsi tentang penelitian tersebut. Hal ini mulai dari mengumpulkan data, transkrip yang lengkap, catatan lapangan yang ekstensif, catatan pemikiran yang reflektif dan analitis, dan *database* riset.

Ketiga, Deskripsi padat (*Thick Description*) adalah uraian terperinci tentang proses, konteks, orang-orang yang terlibat dalam riset, makna inklusif dan maksud partisipan. Metode ini dimunculkan oleh Geertz (1973).

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian tentang Analisis Strategi Humas Partai persatuan Pembangunan Sleman dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Humas Partai persatuan Pembangunan Sleman

Strategi Humas Partai persatuan Pembangunan Sleman adalah menilai sikap masyarakat (publik) agar tercipta keserasian antara masyarakat dan kebijaksanaan organisasi partai. Karena mulai dari aktivitas, program yang dijalankan, tujuan (*goal*) hingga sasaran (*target*) yang hendak dicapai oleh Strategi *Humas Partai persatuan Pembangunan Sleman* tidak terlepas dari dukungan, serta kepercayaan positif dari para publiknya.

Dalam menjalankan tugasnya, maka fungsi Strategi Humas Partai persatuan Pembangunan Sleman dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama yaitu mendorong publik untuk berperan serta dalam aktivitas yang diselenggarakan pihak Humas Partai persatuan Pembangunan Sleman, agar tercipta perubahan sikap dan penilaian (perubahan dari situasi negatif diubah menjadi situasi yang positif).
- b. Membina hubungan yang harmonis antara pihak Humas Partai persatuan Pembangunan Sleman dengan publiknya dengan cara

- menyampaikan informasi atau pesan berdasarkan pada kebutuhan atau kepentingan khalayak sebagai sasarannya.
- c. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan Humas Partai persatuan Pembangunan Sleman atau sebaliknya.
 - d. Melayani keinginan publiknya melalui perubahan sikap dan penilaian terhadap Pimpinan Manajemen. Maka pembinaan atau pengembangan terus-menerus dilakukan agar peran serta tersebut terpelihara dengan baik.
 - e. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, *humas* sebagai komunikator dan sekaligus mediator berupaya membentuk sikap dan pendapat yang positif dari masyarakat melalui rangsangan atau stimulasi tertentu.

B. SARAN

Setelah peneliti melakukan penelitian terhadap analisis strategi *Humas Partai persatuan Pembangunan Sleman* dalam memberikan pelayanan, sebagai masukan serta untuk menambah referensi program kerja, maka ada beberapa saran yang mungkin berguna, antara lain:

1. Untuk menampung pendapat dan masukan dari masyarakat luas terhadap pelayanan *Humas Partai persatuan Pembangunan Sleman*, akan lebih baik jika *Humas Partai persatuan Pembangunan Sleman* mengaktifkan forum internet atau website yang bisa diakses oleh masyarakat luas, tidak hanya

di Indonesia saja tapi juga di dunia, sehingga bisa berguna untuk perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan selanjutnya.

2. Dalam menjalankan program-program partai yang baru sebagai partai politik islam, mungkin bisa ditambahkan program peninjauan makanan yang halal dan yang tidak halal melalui penyembelihan hewan ternak yang sesuai dengan ajaran agama islam bekerjasama dengan MUI Sleman, Depag dan lain-lain.
3. Pendidikan merupakan ikon Yogyakarta dan perguruan tinggi sebagian besar berada di Kabupaten Sleman, oleh sebab itu kepada Pemerintah Daerah Kabupaten Sleman dan pihak terkait lainnya agar segera kontinyu memberantas segala penyakit masyarakat yang bisa menurunkan kewibawaan dan predikat Kabupaten Sleman sebagai Kota Perguruan Tinggi di Yogyakarta.
4. Pihak Humas Partai persatuan Pembangunan Sleman sebaiknya lebih memperhatikan kondisi lingkungan di sekitar, meliputi: Pendidikan, Ekonomi dan Budaya Tradisional masyarakat. Selain itu hendaknya memberikan pelayanan yang maksimal pada masyarakat sebagai bentuk kepedulian partai.

C. KATA PENUTUP

Alhamdulillah dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat-Nya, maka terselesaikanlah skripsi ini yang berjudul ”*Membangun Citra Partai Politik Masa Depan(Studi Deskriptif Strategi Humas Partai Persatuan Pembangunan Sleman Diy Dalam Membangun Citra)*”.

Dengan segala kerendahan hati, diakui dalam penelitian skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan-kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan penulis. Namun demikian telah diusahakan ke arah kesempurnaan agar dapat memenuhi syarat-syarat yang ada.

Keberhasilan dalam skripsi ini tidak luput dari dorongan dan bantuan berbagai pihak, baik yang berupa material maupun moral dan spiritual. Penulis mengucapkan terimakasih, semoga amal kebaikan dari pihak-pihak yang telah membantu mendapat balasan dari Allah SWT.

Akhir kata, hanya doa yang bisa kami panjatkan kepada Allah SWT, semoga kita semua mendapat berkat dan rahmat-Nya. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Al-Qur'an dan Terjemahan, diterjemahkan Yayasan Penyelenggara Penerjemah Al-Qur'an, Jakarta:Al-Huda
- Aziz, Abdul.*Partai Amar Ma'ruf Nahi Mungkar: Perjuangan dan Sikap Politik Partai Fraksi Persatuan Pembangunan Pada Siding Tahunan MPR RI Tahun 2000*"
- Bertrand R.Canfield, 1964, *Public Relations, Principles, Cases and Problems*. Versi Indonesia)
- Cutlip, Scoot M: Center, Allen H : dan Broom, Glen M 2000. *Effective Public Relations*. Upper Saddle River, New jersey: Prentice Hall.
- Chandra, Gregorius. 2002. *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Center, Scoot M; Center, Allen H: dan Broom, Glen M 2000 . *Effective PR*. Upper Saddle River, New jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip. 1994 *Dasar-dasar Pencitraan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Edisi Bahas Indonesia.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Moeloeng, 2001, *Kajian Metode Karyawisata Pendidikan Sejarah Perjuangan Bangsa*. halaman 248
- Nyak Baik,Ridwan.2004.*Koalisi Dominan Peran dan Fungsi Public Relations*, Jakarta: Perhumas.
- Rahmat,Jalaluddin.2005, *Metode Penelitian Komunikasi*, Jakarta:Rosda Karya.
- Ruslan, 1997 *Strategy Public Relations, Bauran Public Relations: publication, event, news, community involvement & image*.
- Wasesa, 2005 *Strategy Public Relations,Bagaimana Strategy Public Relations Membangun Merek Global dan Lokal, Membangun Citra*. Jakarta; Gramedia
- Wasesa, 2010 *Strategy Public Relations, membangun citra*. Jakarta; Gramedia.

Kamus:

IPR(institute of Public Relations), terbitan bulan November 1987

Fund and Wagnal, American and desk dictionary, terbitan tahun 1994

Skripsi:

Fatkhurrahman, 1998 “*PPP dan Asas Tunggal: Studi Orientasi Politik PPP*

Tahun 1984-1992”,(1998). Adalah koleksi skripsi pertama kali yang membahas tentang Partai Persatuan Pembangunan. Skripsi. Fakultas Syari’ah Universitas Islam Negeri sunan kalijaga, Yogyakarta.

Muhammad Saifudin,2009.“*Kriteria Pemimpin dalam Partai Persatuan Pembangunan*”. Skripsi. Fakultas Syari’ah Universitas Islam Negeri sunan kalijaga, Yogyakarta.

Media Online:

Id.wikipedia.org/wiki/kategori : demokrasi

Id.wikipedia.org/wiki/kategori : sistem politik

www.republika.co.id. Di unduh pada hari rabu 1 juni 2011

www.detik.com. Di unduh pada hari rabu 10 juni 2011

Data-data PPP Sleman DIY:

Buku Muscab VI PPP Sleman, januari 2011

Buku Muktamar VIII PPP, juli 2011

Gambar:

www.google.co.id

Dokumentasi Wawancara

Muhammad Mumtakhin Arief, Divisi Humas PPP Sleman. *interview*, 10 Juni 2011

Kiyai Makmun, Pengasuh Ponpes Mahasiswa Klaban Sleman, *interview*, 30 juni 2011

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Interview Guide

Lampiran 2 : Data Pengurus Harian PPP Sleman

Lampiran 3 : Data Pimpinan Majelis Pertimbangan cabang PPP Sleman

Lampiran 4 : Data Pimpinan Majelis Pakar Cabang PPP Sleman

INTERVIEW GUIDE

ANALISIS STRATEGI PUBLIC RELATIONS (Studi Kasus Pada Partai Persatuan Pembangunan Sleman, DIY)

KETUA UMUM

1. Apakah ada ciri khusus PPP Sleman Yogyakarta sebagai salah partai politik di Indonesia, jika dibandingkan dengan partai - partai politik yang lain?
Pарpol islam
Satu-satunya parpol di Indonesia yang berbasis islam
2. Bagaimana hubungan PPP Sleman Yogyakarta dengan khalayak, seperti Pemerintah, LSM, dan Masyarakat pada umumnya?
3. Apa yang menjadi dasar utama PPP Sleman Yogyakarta dapat eksis dalam dunia partai politik saat ini?
Memiliki massa yang fanatik
Merangkul para kiyai-kiyai
4. Apa arti tanggung jawab sosial bagi PPP Sleman Yogyakarta dalam kehidupan bermasyarakat?
Tanggung jawab pada birokrasi dan politik
5. Bagaimana strategi pencitraan PPP Sleman Yogyakarta saat ini?
Membangun strategi internal dan eksternal melalui dakwah dan ilmu
Siapa yang mau dan mampu, pasti akan didukung

DIVISI PUBLIC RELATIONS

1. Seberapa penting *strategy public relations* bagi PPP Sleman Yogyakarta?
2. Apa konsep pencitraan PPP Sleman Yogyakarta?
3. Konsep pencitraan seperti apa yang telah dijalankan?
4. Berapa lama waktu yang diperlukan untuk menjalankan konsep pencitraan program baru?
5. Siapa yang bertanggung jawab atas program pencitraan baru tersebut?
6. Apakah tujuan dari mendirikan program baru tersebut, baik jangka panjang maupun pendek?

7. Apakah program baru tersebut ditujukan untuk masyarakat luas, kalangan atau organisasi tertentu?
8. Unsur-unsur program?
 - a. Berapa besar biaya yang dikeluarkan untuk mendirikan "program baru" tersebut?
 - b. Berapa banyak tenaga yang dikeluarkan (terlibat) dalam pelaksanaan program?
 - c. Apa isi atau pesan yang terdapat dalam konsep program baru tersebut?
 - d. Media apa yang digunakan untuk memasarkan program, dan alasan pemilihan media tersebut digunakan?

BAGIAN PEMASARAN DAN PROMOSI

1. Setelah program dijalankan, bagaimana tanggapan masyarakat terhadap PPP Sleman Yogyakarta?
Sebagian masyarakat respon, khususnya pihak terkait
2. Dampak apa saja yang diperoleh perusahaan setelah adanya program tersebut, adakah dampak positif:
 - Apakah mempengaruhi peningkatan massa PPP Sleman Yogyakarta?
Ya, cukup mempengaruhi karena adanya pemimpin-pemimpin mereka yang ikut andil dalam partai ini
3. Usaha-usaha apa yang dilakukan PR PPP Sleman Yogyakarta untuk membantu program baru tersebut?
Menjaga keseimbangan internal dan eksternal
Selalu menjalin silaturahmi
4. Bagaimana langkah-langkah dan usaha yang dilakukan untuk memasarkan program tersebut?
Melalui kegiatan-kegiatan yang bersifat sosial
5. Pada tahap akhir, bagaimana bagian promosi mengukur keberhasilan program terkait dengan strategi promosi yang dijalankan?
Dengan meninjau tiap-tiap daerah yang diadakan program tersebut