

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PARTAI NANGGROE ACEH (PNA) KABUPATEN BENER MERIAH DALAM UPAYA MEMENANGKAN KONTESTASI PILEG DPRD BENER MERIAH 2024

Farhan Riza Putra¹, Farida Hariyati², Magvira Yuliani³

farhanrizaputra15@gmail.com¹, farida@uhamka.ac.id², magvirayuliani@uhamka.ac.id³

Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Jakarta

ABSTRAK

Pemilihan umum (Pemilu) merupakan salah satu pilar utama dalam penegakan demokrasi yang memiliki fungsi sebagai mekanisme untuk menentukan perwakilan rakyat dan arah kebijakan suatu negara atau daerah. Partai Nanggroe Aceh (PNA) kabupaten Bener Meriah sebagai partai lokal Aceh menargetkan akan mendapatkan kursi jabatan di Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Bener Meriah dengan syarat meraup perolehan suara sebanyak mungkin dan akan dikonversi menjadi perolehan kursi, oleh karena itu dibutuhkan strategi dan peran humas untuk berkomunikasi kepada khalayak internal dan eksternal partai. beragam upaya dilakukan untuk membentuk opini publik. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi humas PNA kabupaten Bener Meriah pada kontestasi Pileg DPRD Kabupaten Bener Meriah 2024. Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif menggunakan paradigma konstruktivisme dan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan secara data primer dan data sekunder. Penelitian ini menggunakan teori CCO sebagai pisau analisis untuk membedah fenomena yang diteliti dan fenomena ini memiliki relevansi dengan konteks komunikasi organisasi. Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi humas Partai Nanggroe Aceh (PNA) Bener Meriah berfokus pada penguatan komunikasi internal untuk meningkatkan kualitas komunikasi eksternal. Melalui berbagai langkah, seperti pendaftaran kandidat, konsolidasi nilai partai, rapat rutin, workshop, dan interaksi langsung dengan masyarakat, PNA berhasil memperkuat keterlibatan anggota dan publik. Hasilnya, PNA berhasil meraih dua kursi di DPRD Bener Meriah, menunjukkan efektivitas pendekatan ini dalam kampanye dan interaksi sosial.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Peran Humas, Pemilihan Legislatif.

ABSTRACT

Election is one of the main pillars in the establishment of democracy that have a function as a mechanism for determining people's representatives and the policies of a country or region. Party Nanggroe Aceh (PNA) Bener Meriah as a local party in the Aceh region is targeting to get a legislative seat in the Bener Meriah Regional People's Representative Council (DPRD) Bener Meriah on condition that it gets as many votes as possible and will be converted into legislative seats, therefore it needs a strategy and the role of public relations to communicate to the public internal and external parties. Various efforts were made to shape public opinion. The aim of this research is to find out what the public relations communication strategy of the Bener Meriah Regency PNA is in the 2024 Bener Meriah Regency DPRD legislative election contestation. This research uses a qualitative approach with a constructivist paradigm and case study method. Data collection techniques were carried out using primary data and secondary data. This research uses CCO theory as an analytical tool to dissect the phenomenon under study and this phenomenon has relevance to the context of organizational communication. This research indicates that the public relations strategy of the Nanggroe Aceh Party (PNA) in Bener Meriah focuses on strengthening internal communication to enhance the quality of external

communication. Through various initiatives, such as candidate registration, consolidation of party values, regular meetings, workshops, and direct interaction with the community, PNA has successfully reinforced member and public engagement. As a result, PNA achieved two seats in the Bener Meriah Regional Parliament, demonstrating the effectiveness of this approach in campaigning and social interaction.

Keywords: *Communication Strategy, Public Relations Role, The Legislative Election.*

PENDAHULUAN

Sistem yang digunakan Indonesia saat ini sebagai bentuk perwujudan kedaulatan rakyat adalah dengan melaksanakan pemilihan umum Hidayat, (2020). Indonesia sendiri merupakan negara yang berkomitmen pada prinsip-prinsip demokrasi, hadirnya pemilu menjadi tonggak penting dalam proses berpolitik yang inklusif dan partisipatif. Prinsip ini tercantum dalam Undang Undang-Dasar 1945. Pada pemilihan legislatif (Pileg) 2024, Partai Nanggroe Aceh (PNA) Kabupaten Bener Meriah manargetkan akan mendapatkan kursi jabatan legislatif pada Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Bener Meriah. Syaratnya ialah meraup suara sebanyak mungkin agar kemudian dikonversi menjadi perolehan kursi DPRD, sesuai Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2018 tentang MPR, DPR, DPRD dan DPD (UU MD3). Partai Nanggroe Aceh (PNA) Bener Meriah memiliki 26 kandidat yang bertarung di pentas politik legislatif. Peran humas sangat diperlukan dalam partai politik sebagai pengatur ikatan partai dengan khalayak yang mencakup (voters), alat massa, penguasa, lembaga-lembaga, rival politik, dan badan partai politik Saragih et al., (2022). Artinya humas PNA Bener Meriah berdiri digaris demarkasi antara publik dan partai, menjadi penghubung partai kepada publik internal dan eksternal, dengan cara komunikasi dua arah melalui media tertentu baik secara online ataupun offline.

Agar komunikasi berjalan dengan baik maka public relations atau humas harus memiliki strategi dalam mengendalikan segala informasi baik dari dalam perusahaan maupun luar perusahaan. Informasi haruslah benar-benar dikelola agar sasaran tepat Hia et al., (2020). Untuk mencapai tujuan politik membutuhkan strategi komunikasi yang mumpuni. Nugraha et al., (2022) mengatakan strategi komunikasi sangat berperan penting untuk bisa membantu program kehumasan yang efektif. Humas membantu manajemen dalam menyampaikan informasi dan tanggap terhadap opini publik, dalam hal ini humas mengkomunikasikan visi-misi partai, kandidat calon legislatif (Caleg), nilai-nilai dan agenda-agenda politik yang akan dan sudah dijalankan, kepada konstituen atau khalayak (sasaran komunikasi) dan oleh karena itu dibutuhkan strategi komunikasi.

Sani et al., (2020) berpendapat bahwa humas harus terlibat aktif dalam proses pengambilan keputusan yang memutuskan perencanaan strategik. Praktisi humas terlibat dalam menyusun perencanaan jangka panjang atau pun jangka pendek organisasi, sehingga kemudian humas bisa mengambil langkah untuk membuat strategi dan taktik dalam menggapai program kehumasan yang direncanakan. Menurut Alvin, (2022) Perkembangan digital yang semakin massif mau tidak mau harus direspon dengan baik oleh partai politik di Indonesia. Media sosial telah menjadi platform yang memainkan peran penting dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam konteks kampanye politik Russman, (2020). Di era digitalisasi saat ini media sosial bisa menjadi sarana publikasi atau menyebarkan informasi kepada khalayak partai yang mana bisa menjangkau batasan-batasan ruang dan waktu. Maka, berdasarkan penjabaran diatas mengenai strategi dan peran humas Partai Nanggroe Aceh (PNA) Kabupaten Bener Meriah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini berfokus kepada “Bagaimana strategi komunikasi humas Partai Nanggroe Aceh (PNA) Bener Meriah pada Pileg DPRD Bener Meriah tahun 2024?”.

Tujuan penelitian ini selaras dengan rumusan masalah yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi humas Partai Nanggroe Aceh (PNA) Bener Meriah pada Pileg DPRD Bener Meriah tahun 2024. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat secara akademis, metodologis, praktik dan sosial. Pendekatan penelitian ini menggunakan kualitatif dengan metode studi kasus, teknik pengumpulan data sekunder dan primer dengan Tiga narasumber yang dianggap representatif demi kebutuhan data.

Kerangka Teoritis

Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi adalah komunikasi yang terjadi di dalam organisasi dan komunikasi yang terjadi diantara organisasi dengan lingkungannya yang mendefinisikan organisasi maupun menentukan kondisi-kondisi eksistensi serta arah pergerakannya Hia et al., (2020) organisasi atau perusahaan juga komunikasi adalah hal yang sangat penting dan harus diperhatikan. Baik atau tidaknya komunikasi di suatu perusahaan dapat menentukan berkembang atau tidaknya perusahaan tersebut Silvani, (2020). Partai masuk ke dalam konteks komunikasi organisasi karena komunikasi merupakan salah satu elemen penting dalam menjalankan operasional partai. Komunikasi organisasi memungkinkan partai untuk berinteraksi dengan karyawan, rival, konstituen, dan pemangku kepentingan lainnya. Melalui komunikasi organisasi yang efektif, partai dapat menyampaikan informasi, tujuan, nilai-nilai kepada semua pihak terkait. Teori Communicative Constitution of Organizations (CCO) atau Konstitusi Komunikatif Organisasi mengeksplorasi cara organisasi diciptakan dan bagaimana mereka memproduksi dan mereproduksi diri sendiri, menggambarkan proses konstitusi sebagaimana organisasi didirikan, disusun, dirancang dan dipertahankan. Secara khusus, pendekatan ini mempertimbangkan fitur dan konfigurasi diskursif yang menciptakan organisasi melalui interaksi yang berkelanjutan Ariani, (2023). Robert McPhee merupakan ahli dari teori CCO, teori CCO menganggap bahwa komunikasi dapat membentuk organisasi atau dengan kata lain komunikasi ialah inti dari organisasi menganalogikan organisasi seperti aliran sungai. Terdapat Empat aliran komunikasi pada CCO 1. Negosiasi keanggotaan 2. Penataan diri 3. Koordinasi kegiatan 4. Positioning kelembagaan. Teori CCO menjadi pemandu peneliti dalam melakukan wawancara terhadap informan

Hubungan Masyarakat (Humas)

Hubungan masyarakat adalah suatu usaha yang sengaja dilakukan, direncanakan secara berkesinambungan untuk menciptakan saling pengertian antara sebuah lembaga/institusi dengan masyarakat Ahmad Zamroni & Anom, (2023). Secara garis besar fungsi humas atau public relations adalah : (1) Memelihara komunikasi yang harmonis antara perusahaan dengan publiknya; (2) Melayani kepentingan publik dengan baik; (3) Memelihara perilaku dan moralitas perusahaan dengan baik (Syamsul Bahri, 2019). Meski terdapat perbedaan pokok antara fungsi dan tugas humas di suatu instansi, pada intinya tujuan dari adanya humas adalah untuk menciptakan persepsi positif terhadap organisasi atau lembaga yang bersangkutan Supriani, (2022). Berdasarkan penjelasan tersebut seorang Humas juga menjadi jembatan antara partai dengan publiknya, Humas juga bertugas mempengaruhi publik maupun organisasi dalam upaya mengimplementasikan suatu kebijakan atau program yang telah dirancang, untuk menjaga citra organisasi yang positif.

Strategi Humas

Strategi komunikasi humas atau public relations dalam komunikasi organisasi adalah sangat penting. Dimana komunikasi organisasi tidak hanya terjadi di lingkungan internal organisasi itu sendiri tetapi terjadi juga lingkungan eksternal, tujuannya adalah agar citra positif sebuah perusahaan dapat terjaga dan komunikasi dapat tersampaikan tepat sasaran

Hia et al., (2020). Untuk mencapai suatu tujuan tersebut maka diperlukan perencanaan dalam hal ini adalah strategi yang pada dasarnya memerlukan persiapan (perencanaan) dan administrasi (manajemen). Sejumlah organisasi bisa saja mempunyai tujuan yang sama. Namun, strategi yang diimplementasikan masing - masing organisasi untuk mencapai suatu tujuan akan berbeda beda. Sehingga dapat disimpulkan jika strategi pada suatu organisasi diciptakan berdasarkan sebuah tujuan ChristianTulis, (2019). Strategi komunikasi menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson dan M. Dalls Burnett menyatakan bahwa strategi komunikasi memiliki tiga tujuan yaitu: 1.) To Secure Understanding: memastikan pesan diterima oleh komunikan. 2.) To establish acceptance: membina penerimaan pesan. 3.) To motivate action: kegiatan yang dimotivasi. Dari penjelasan tersebut partai politik selaku organisasi membutuhkan strategi dan taktik dalam melakukan komunikasi berkelanjutan kepada publik internal dan eksternalnya untuk mencapai tujuan tertentu.

Peran Humas

Peranan humas atau public relations dalam suatu organisasi atau perusahaan tentu sangat penting. Karena, keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai misi dan tujuannya ditentukan oleh peranan dalam kegiatan public relations dalam memelihara hubungan yang baik dengan sasaran, baik di lingkup internal maupun eksternal Saragih et al., (2022). Saat ini hubungan masyarakat sebuah perusahaan atau organisasi merupakan komponen penting dalam kegiatan operasional sehari-hari. Humas adalah bagian dari manajemen komunikasi antara perusahaan dengan publiknya baik internal maupun eksternal Rochmaniah, (2021). Peran dan fungsi humas dalam organisasi partai politik sangatlah krusial dalam menjalankan kehidupan berorganisasi, humas menyaring informasi dari publik yang disampaikan kepada partai, humas seperti indera bagi organisasi, mendengar, melihat, merasakan seluruh publik yang berhubungan dengan organisasi. Menurut F. Rachmadi dalam Pramungkas, (2020) tugas manajerial humas penemuan fakta (fact finding), perencanaan (planning), komunikasi/ pelaksanaan (actuating), dan evaluasi (evaluating). Artinya jika fungsi humas berjalan secara efektif dan terukur maka bisa menjadi upaya untuk mendongkrak popularitas atau bahkan elektabilitas melalui pembentukan opini publik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang mana peneliti berusaha menggambarkan problematika pada fenomena yang diteliti dan nantinya akan digeneralisasikan. Patilima dalam Darmawaty & Winduwati, (2022) mengatakan bahwa penelitian kualitatif pada umumnya dimanfaatkan untuk mengidentifikasi dan menganalisis masalah sosial yang terjadi di lingkungan masyarakat, yang mana didalamnya menuangkan informasi yang diberikan oleh objek penelitian yang bersangkutan secara lengkap. Metode penelitian memakai studi kasus, mempelajari, menggali atau menginterpretasikan fenomena secara mendalam, tujuannya untuk meningkatkan pemahaman terhadap fenomena yang hendak peneliti selami Hidayat, (2019). Metode studi kasus adalah pendekatan yang memungkinkan kita untuk memahami fenomena tertentu dalam konteks yang mendalam dan komprehensif mengeksplorasi lebih jauh untuk mengetahui bagaimana strategi humas Partai Nanggroe Aceh (PNA) Bener Meriah dalam upaya memenangkan kontestasi Pileg DPRD Bener Meriah 2024.

Metode pengumpulan data diperoleh secara sekunder dan primer, data sekunder bersumber seperti buku, jurnal terdahulu dan data-data pendukung lainnya sifatnya non wawancara untuk melengkapi kebutuhan data penelitian. Data primer yakni wawancara dengan informan secara mendalam untuk memperoleh data secara komprehensif. Ada pun

informan pada penelitian ini berjumlah Tiga orang agar peneliti mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini. Informan Kunci dalam penelitian ini adalah Wan Kurnia selaku Kepala Humas PNA Bener Meriah dan informan pendukung yakni Wien Ichsan selaku Sekretaris PNA kabupaten Bener Meriah dan Agus Lasmoko selaku Ketua Badan Pemenangan Pemilu (Bapilu) PNA Bener Meriah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pandangan communicative constitution of organizations (CCO)

Negosiasi keanggotaan

Dalam pembentukan struktur partai, wawancara dengan Sekretaris PNA Bener Meriah penulis mendapatkan temuan setiap anggota ditempatkan berdasarkan latar belakang pengalaman dan disesuaikan dengan struktur yang tersedia pada partai, namun untuk posisi strategis seperti humas, Partai melihat kompetensi individu tersebut untuk mengoptimalkan kinerja anggota ketika kampanye berjalan.

Untuk perekrutan anggota baru. Hasil wawancara dengan Kepala humas PNA penulis mendapatkan temuan bahwa humas membuat open recruitment dengan melakukan sosialisasi serta menginstruksikan seluruh anggota partai untuk menyebarkan poster dan formulir digital tentang perekrutan kepada khalayak melalui media sosial setiap anggota, pendaftaran anggota terbuka untuk umum selama memenuhi ketentuan yang berlaku. Sesuai ART partai Pasal 13 yaitu setiap warga negara Indonesia yang telah memenuhi syarat dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dapat diterima menjadi anggota Partai

Tetapi untuk perekrutan kandidat yang akan dicalonkan, partai memprioritaskan kader partai yang berkeinginan untuk mencalonkan diri dan kemudian mencari kandidat baru dengan membuka pendaftaran Caleg terbuka secara umum, namun sebelum pendaftaran di buka pimpinan dan humas partai melakukan lobbying politik kepada tokoh yang dianggap berpengaruh di kalangan masyarakat.

Penataan diri

Dalam meningkatkan loyalitas dan militansi pada internal partai agar kemudian bisa bekerja secara optimal maka humas menanamkan nilai dan tujuan partai kepada anggota dan kandidat calon melalui konsolidasi partai. Hasil temuan wawancara dengan Ketua Bapilu PNA Bener Meriah sebanyak 26 Caleg PNA dari Tiga daerah pilih (Dapil) dan seluruh anggota tingkat kabupaten, kecamatan serta desa diberikan pemahaman tentang ideologi dan tujuan partai. Pemahaman tersebut diberikan melalui konsolidasi partai yang dibuat bidang kaderisasi bekerjasama dengan humas dari proses perencanaan hingga pelaksanaan.

Kerjasama tim dibutuhkan oleh partai ketika melakukan sebuah kampanye politik untuk bisa mendapatkan hasil yang maksimal. Temuan dari Ketua Bapilu PNA Bener Meriah bahwa seluruh anggota dan struktur yang ada meliputi pengurus kabupaten dan koordinator tiap kecamatan hingga ke desa saling berkolaborasi dan berkoordinasi secara online maupun offline, komunikasi tersebut dijembatani oleh humas untuk memenangkan pemilihan legislatif.

Koordinasi kegiatan

Humas PNA melakukan pengukuhan di internal partai melalui rapat rutin yang diselenggarakan. Temuan dari Kepala humas PNA Bener Meriah selaku informan kunci ialah humas menyusun dan mengkoordinasikan agenda rapat rutin mingguan dan bulanan internal dalam rangka pengukuhan, evaluasi dan membahas peta politik partai. Humas PNA membuat workshop untuk meningkatkan pemahaman dan pembekalan kepada anggota dan kandidat sebulan sekali selama Tiga bulan di internal partai dengan

mengundang narasumber pakar komunikasi politik sebagai upaya mensosialisasikan dan meningkatkan pemahaman anggota untuk mendapatkan voters dan upaya membentuk opini publik serta cara berkomunikasi dengan khalayak.

Saluran komunikasi yang dilakukan oleh humas dalam melakukan komunikasi kepada publik internal dan eksternal partai sangat bervariasi yaitu melalui digital, cetak dan langsung. Humas aktif melakukan komunikasi dan berkoordinasi kepada seluruh Caleg dan anggota partai tingkat kabupaten, kecamatan, desa melalui aplikasi grup WhatsApp karena jarak wilayah, humas juga bekerjasama dengan wartawan lokal untuk mempublikasi agenda partai. Kemudian humas membantu seluruh caleg untuk membuat banner, kartu nama, dan atribut partai untuk di pajang ditempat tertentu sesuai dengan ketentuan yang berlaku, humas aktif menemani caleg dalam melakukan pertemuan kepada konstituen, humas membuat tagline dan tema yang akan di bawa ketika agenda pertemuan dilaksanakan. Humas menginstruksikan seluruh anggota agar menyebarkan poster, video dan dokumentasi agenda yang telah dilakukan ke seluruh media sosial anggota partai.

Strategi yang dilakukan humas dianggap efektif karena berhasil mendapatkan suara 10.093 dari Tiga Dapil yang ada di Bener Meriah, jika dikonversi ke perolehan kursi PNA Bener Meriah mendapatkan Dua kursi di DPRD Bener Meriah, selisih 100 suara dengan partai kompetitor untuk mendapatkan Tiga kursi. Dalam proses komunikasi hambatan bisa saja terjadi selama proses berlangsung. Hambatan PNA Bener Meriah sebagai partai lokal merasa sangat sulit melawan partai nasional yang memiliki sumber daya yang lebih mumpuni dan telah lama berdiri sebagai partai politik, hal itu membuat relatif lebih di kenal oleh masyarakat, oleh karena itu butuh upaya yang ekstra meningkatkan popularitas dan elektabilitas PNA. Partai juga mendapat dukungan dan bantuan dari pihak luar struktur organisasi seperti relawan, simpatisan dan tokoh masyarakat.

Positioning kelembagaan

Legalitas partai lokal aceh ialah buah dari perjanjian perdamaian yang disepakati di Helsinki tahun 2005. Terdapat 6 partai lokal yang ada di provinsi aceh pada Pileg 2024 salah satunya ialah Partai Nanggroe Aceh



Gambar 1. Logo Partai Nanggroe Aceh

Sumber: pna.or.id

Makna filosofis logo ialah berwarna putih melambangkan Islam sebagai sendi-sendi kehidupan rakyat Aceh. Bintang putih memiliki pengertian sebagai cita-cita yang tinggi untuk kejayaan. Tulisan PNA berwarna putih merupakan singkatan dari Partai Nanggroe Aceh. Warna dasar jingga melambangkan semangat solidaritas, kebersamaan, kekuatan, dan perubahan yang lebih baik

Berdasarkan temuan dari kepala humas PNA dalam mengatur komunikasi kepada publik eksternal, humas partai aktif menjadi sponsor kegiatan masyarakat seperti event kepemudaan dan mengikuti seluruh undangan yang berasal dari pihak eksternal seperti penyelenggara pemilu, partai kompetitor dan masyarakat. Humas reaktif menggalang dana di internal untuk di sumbangkan kepada masyarakat ketika terjadi musibah atau bencana alam. Humas memiliki ambulan khusus yang berlogo PNA untuk membantu masyarakat yang memerlukan.

Partai juga terbuka terhadap kritik dan saran dari masyarakat baik secara langsung ataupun media online. Kemudian humas rutin menjalin komunikasi informal kepada

tokoh-tokoh masyarakat secara door to door dalam rangka menerima masukan dan meggalang dukungan, humas partai juga melakukan open recruitment untuk pihak eksternal yang berkeinginan masuk menjadi anggota dan relawan di berbagai tingkatan wilayah. Humas menjalin relasi yang baik dengan wartawan dan aktif menemani kandidat di setiap pertemuan. Humas membuat event bersama caleg dan koordinator desa untuk melakukan kegiatan sosialisasi kepada konstituen, dan partai juga menyiapkan tim advokasi hukum untuk membela masyarakat ketika dibutuhkan.

Hasil temuan penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh Saragih et al., (2022) terkait peranan humas di partai politik dalam menjalankan komunikasi kepada khalayak internal dan eksternal melalui berbagai saluran komunikasi. Peran humas sangat krusial di organisasi politik untuk mencapai tujuan tertentu. Menyatukan ikatan partai dengan publiknya, humas selalu berdiri digaris demarkasi antara partai kepada publik internal dan eksternal, dan dengan perkembangan media baru. Humas partai politik harus memanfaatkannya dengan baik untuk memudahkan komunikasi. Dalam hal ini PNA berhasil memainkan peran kehumasan ditubuh partai politik.

KESIMPULAN

Simpulan peneletian ini ialah strategi komunikasi humas PNA Bener Meriah fokus melakukan penguatan komunikasi internal dengan konsolidasi dan sosialisasi nilai partai, rapat rutin dalam rangka evaluasi dan menyusun peta politik partai serta workshop internal dengan mengundang ahli politik. Penguatan itu tujuannya untuk meningkatkan kualitas komunikasi pihak internal kepada konstituen dengan pertemuan langsung bersama masyarakat serta meningkatkan loyalitas terhadap partai dan untuk meningkatkan kerjasama antar struktur organisasi dalam melakukan kampanye politik, komunikasi juga berlangsung secara bottom up dimulai dari masyarakat kepada koordinator tingkat desa, kecamatan hingga ke tingkat kabupaten. Humas PNA Bener Meriah memainkan peran sebagai jembatan komunikasi partai kepada khalayak internal dan eksternal selama proses Pemilu Legislatif yang kemudian partai memperoleh Dua kursi di DPRD Bener Meriah.

DAFTAR PUSAKA

- Ahmad Zamroni, A., & Anom, E. (2023). Strategi Humas Kementrian Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertahanan Nasional Dalam Menciptakan Citra Positif Kementrian. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- Alvin, S. (2022). The Evolution of Political Party in Indonesia: PSI Towards a Digital Party. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 423–445. <https://doi.org/10.24912/jk.v14i2.18352>
- Ariani, D. (2023). Struktur Organisasi Pemerintah Dalam Perspektif Communicative Constitution of Organization Theory. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 8(3), 386–397. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i3.48>
- ChristianTulis, L. S. W. (2019). Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 5(1), 107–117.
- Darmawaty, S., & Winduwati, S. (2022). Strategi Komunikasi Humas Universitas Tarumanagara selama Pandemi Covid-19. *Prologia*, 6(1), 185. <https://doi.org/10.24912/pr.v6i1.10383>
- Hia, Niscaya Sihombing, Mega Simamora, N. (2020). Strategi Komunikasi Public Relations Dalam Komunikasi Organisasi. *Jurnal Teknologi, Kesehatan Dan Ilmu Sosial STRATEGI*, 2(2), 138–144.
- Hidayat, A. (2020). Manfaat Pelaksanaan Pemilu Untuk Kesejahteraan Masyarakat. *Politicon : Jurnal Ilmu Politik*, 2(1), 72–85. <https://doi.org/10.15575/politicon.v2i1.7513>
- Hidayat, T. (2019). Pembahasan Studi Kasus Sebagai Bagian Metodologi Penelitian. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
- Nugraha, A. R., Sjoraida, D. F., & Novianti, E. (2022). Analisis Strategi Humas Pemerintahan Era Milenial Dalam Menghadapi Tata Kelola Informasi Publik. *PRofesi Humas Jurnal Ilmiah*

- Ilmu Hubungan Masyarakat, 6(2), 286. <https://doi.org/10.24198/prh.v6i2.37095>
- Pramungkas, P. R. (2020). Peran Humas Pembentuk Opini Publik Dalam Upaya Pencitraan Lembaga Pendidikan. *Kelola: Journal of Islamic Education Management*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.24256/kelola.v5i1.1411>
- Rochmaniah, D. (2021). Buku Ajar Dasar-Dasar Public Relations. In Umsida Press. <https://press.umsida.ac.id/index.php/umsidapress/article/view/978-623-6292-23-5>
- Russman. (2020). Populists and Social Media Campaigning in Ukraine: The Election of Volodymyr Zelensky. In *Electoral Campaigns, Media, and the New World of Digital Politics*.
- Sani, A., Hidayat, M., & Sjafirah, N. A. (2020). Pemahaman petugas kehumasan Kementerian Dalam Negeri tentang peran Humas Pemerintah. *PROfesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 4(2), 215. <https://doi.org/10.24198/prh.v4i2.23528>
- Saragih, M. A., Saragih, M. Y., & Alfikri, M. (2022). Peranan Humas Partai Golongan Karya (Golkar) Dalam Upaya Meningkatkan Citra Di Kabupaten Asahan. *At-Tazakki: Jurnal Kajian Ilmu ...*, 6(1), 191–211.
- Silvani, I. (2020). Komunikasi Organisasi.
- Supriani, Y. (2022). Implementasi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Madrasah. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(2), 587–594. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i2.453>
- Syamsul Bahri. (2019). The Role of Islamic Education in Realizing Social Interaction Based on Multiculturalism Among Students of Different Religions in Elementary Schools. *International Journal of Islamic Education, Research and Multiculturalism (IJIERM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.47006/ijierm.v1i1.2>