



**UNIVERSITAS MERCUBUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**Nama: Stivon Sinambela
Nim : 55211120100**

***Persuasive Communication of Incumbent Legislative Candidates (Case Study:
Persuasive Communication of Incumbent Legislative Candidates From the PDI-
Perjuangan in South Tangerang to Win the Legislative Elections in 2014)***

ABSTRACT

Persuasive communication is part of the political communication, that complete each other. Before the election, usually a lot of politicians compete doing the persuasion to the public. The 2014 legislative elections become a democratic arena for candidates to compete to get attention from the society, whether new legislative candidates as well as incumbent legislators. Like the incumbent candidates of the PDI-Perjuangan in South Tangerang, which approaches to the public through persuasive approaches. This research aims is to identify and analyze how persuasive communication steps performed by PDI-P candidate in South Tangerang to win the legislative elections in 2014 .

The theories used in this research are homofilli empathy theory, the theory of nonverbal information, persona which is applied in the context of political communication.

This research is using constructivist paradigm, a qualitative approach with case study methods. Through case studies methods this research find out and analyze the steps of persuasive communication incumbent legislative candidates from the PDI-Perjuangan in South Tangerang, to persuade the public.

Persuasive communication necessarily involves many factors such as segmentation, channel or media that is used in persuasive communication. In this research it was found that the segmentation of legislative candidates are the young and the adult woman, the candidates doing the persuasion to the public using the persuasive communication, with a face-to-face communication channel which is done regularly and promote unity through sports activities, such as soccer, as a popular sport in the community as well as volley ball. The candidates also often come in activities such as the religion activities to the adult womens. With the creation of the unity, the candidates want to build a persona which is to deliver the information and notify his track record to cultivate a good image of the candidate's credibility, with the expertise and attractiveness.

Key words:Persuasive, Communication, incumbent, legislative, candicates, election



**UNIVERSITAS MERCUBUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

Nama: Stivon Sinambela

Nim : 55211120100

**Komunikasi Persuasif Calon Anggota Legislatif Incumbent
(Studi Kasus: Komunikasi Persuasif Calon Anggota Legislatif Incumbent dari
PDI Perjuangan Kota Tangerang Selatan untuk Memenangkan Pemilu
Legislatif 2014)**

ABSTRAK

Komunikasi persuasif merupakan bagian dari komunikasi politik yang saling melengkapi. Komunikasi persuasif menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari komunikasi politik. Pemilu legislatif 2014 menjadi sebuah ajang demokrasi bagi calon legislatif untuk berlomba mengambil hati masyarakat, baik calon anggota legislatif yang baru maupun anggota legislatif incumbent. Seperti caleg incumbent dari PDI-Perjuangan Tangerang Selatan yang melakukan pendekatan kepada masyarakat melalui pendekatan-pendekatan yang persuasif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimanakah langkah-langkah komunikasi persuasif yang dilakukan oleh caleg PDI Perjuangan di Tangerang Selatan untuk memenangkan Pemilu Legislatif 2014.

Teori-teori yang dipergunakan merupakan teori empati homofilli, teori informasi nonverbal, ketokohan yang teraplikasi dalam konteks komunikasi politik.

Dengan paradigma Konstruktivis, penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Melalui studi kasus penelitian ini mengetahui dan menganalisis langkah-langkah komunikasi persuasif dari calon anggota legislatif incumbent dari PDI-Perjuangan Tangerang selatan untuk mempersuasi masyarakat.

Komunikasi persuasif tentu melibatkan banyak faktor seperti segmentasi, saluran atau media yang digunakan dalam melakukan komunikasi persuasif. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa segmentasi dari calon anggota legislatif adalah kaum muda dan kaum ibu-ibu, para caleg tersebut melakukan persuasi kepada masyarakat dengan komunikasi persuasif tatap muka sebagai saluran komunikasinya yang dilakukan rutin dan menciptakan kebersamaan melalui kegiatan-kegiatan olahraga, seperti sepak bola, sebagai olahraga yang populer di masyarakat dan juga bola volly. Para caleg juga sering datang dalam kegiatan-kegiatan ibu-ibu seperti pengajian. Dengan terciptanya kebersamaan tersebut para caleg ingin membangun ketokohan dengan mengantarkan informasi dan memberitahukan rekam jejak nya untuk menumbuhkan citra yang baik sebagai calon yang kredibilitas, mempunyai keahlian dan daya tarik.

Kata kunci: Persuasif, Komunikasi, Incumbent, Caleg, Pemilu