

**STRATEGI KOMUNIKASI DEWAN PIMPINAN DAERAH
PARTAI PERSATUAN INDONESIA (DPD PARTAI PERINDO)
DALAM MELAKUKAN PENCITRAAN DI KOTA PEKANBARU**

Regina Emsi

Email : reginaemsi92@gmail.com

Pembimbing : Ir. Rusmadi Awza, S.Sos, M.Si

Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau,
Kampus Bina Widya Jl. H.R. Soebrantas km.12,5 Simp, Baru Pekanbaru 28293
Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

Partai Persatuan Indonesia (Partai PERINDO) is a newly established political party and has never participated as a participant in the general elections held in Indonesia. The establishment of the Indonesian Persatuan Party (PERINDO Party) started with the establishment of the Association of Indonesian Unity Society (ORMAS PERINDO) officially established on February 23, 2013. Approximately 2 years after the founding of the Persatuan Indonesia Society (ORMAS PERINDO), on February 7, 2015 Persatuan Indonesia (Partai PERINDO) is officially established. The Regional Council of the Partai Persatuan Indonesia (DPD PERINDO Party) Pekanbaru Town which is structurally at the district / city level should not only wait for the communication strategy conducted by the Central Executive Board of the Partai Persatuan Indonesia (DPP PERINDO Party) in the image of Partai Persatuan Indonesia PERINDO) to gain sympathy in the midst of society. The formulation of this research problem, how is the communication strategy of the Regional Leadership Council of the United Indonesia Party (DPD Party PERINDO) in imaging in Pekanbaru City? ". The purpose of this research is to know the communication strategy of Regional Leadership Council of Indonesian Persatuan Party (DPD Party PERINDO) in imaging in Pekanbaru City, and to know the factors that support and obstruct the Regional Leadership Council of Indonesian Persatuan Party (DPD Party PERINDO) in Pekanbaru City. Qualitative research methods. Research location of Regional Leadership Council of United Indonesia Party (DPD PERINDO Party) Pekanbaru City. Primary data sources through interviews as well as secondary data sources. Data analysis techniques were carried out by analysis of interactive analysis models of Miles and Huberman. The targets to be achieved in every activity held by the Regional Leadership Council of the Partai Persatuan Indonesia (DPD PERINDO Party) Pekanbaru City is to run and realize what is desired by members of the Persatuan Indonesia Party (PERINDO Party) in Pekanbaru City, and to get new members of the Party Persatuan Indonesia (Partai PERINDO) in Pekanbaru City. The Regional Leadership Council of Partai Persatuan Indonesia (DPD PERINDO Party) Pekanbaru City uses the means of communicating by holding activities that directly touch to the needs of the community in accordance with the vision and mission of the Persatuan Indonesia Party (PERINDO Party). Each activity begins with the opening of the event containing remarks from the representatives of the board, the government apparatus present, and the competent expert, about the communication strategy of message conveyor credibility. Audience as the recipient of the message from the audience strategy

is the general public. The background of the audience knowledge, especially in the field of politics, most of which participate in knowledge activities is enough. This is influenced by the easier information obtained because of the availability of various media. The touch of audiences' feelings is an easy but difficult communication strategy. Selection of media using various activities. The following activities are: providing free ambulance facility, fogging, giving of Indonesian Union Party (PERINDO) selling cart shop for five-time traders, road hoarding, free medical treatment. The supporting factor is having its own secretariat or non-rental property right on Jl. Borobudur Pekanbaru City, and has its own ambulance so that whenever can be utilized. Inhibiting factors are funding conditions, human resource conditions, and archiving of activity documentation. Strategies are tactical, from ideas, planners, to execution of the program is a strategy. Badly connoted imagery is caused by the politician himself. The strategy undertaken by the Persatuan Indonesia Party (PERINDO Party) is the taking of momentum that there is good value then blow-up through the media. Indonesian society is very easy to sympathize to goodness regardless of who the person is and what he has made, so good visible then the perception is good, because that politics is perception.

Keywords: communication strategy, imaging

1. Latar Belakang

Partai Persatuan Indonesia (Partai PERINDO) adalah partai politik yang baru berdiri serta belum pernah ikut sebagai peserta dalam pemilihan umum yang diadakan di Indonesia. Pendirian Partai Persatuan Indonesia (Partai PERINDO) diawali dengan berdirinya Organisasi Masyarakat Persatuan Indonesia (ORMAS PERINDO) yang resmi dibentuk pada tanggal 23 Februari 2013. Kurang lebih 2 tahun setelah berdiri Organisasi Masyarakat Persatuan Indonesia (ORMAS PERINDO), baru pada tanggal 7 Februari 2015 Partai Persatuan Indonesia (Partai PERINDO) resmi berdiri.

Dewan Pimpinan Daerah Partai Persatuan Indonesia (DPD Partai PERINDO) Kota Pekanbaru yang merupakan struktural di tingkat kabupaten/kota tidak boleh hanya berpangku tangan menunggu strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dewan Pimpinan Pusat Partai Persatuan

2. Tinjauan Pustaka

a. Penelitian Sejenis Terdahulu

Indonesia (DPP Partai PERINDO) dalam pencitraan Partai Persatuan Indonesia (Partai PERINDO) untuk mendapatkan simpati ditengah-tengah masyarakat.

Image politik didefinisikan sebagai konstruksi atas representasi dan persepsi masyarakat (publik) akan suatu partai politik atau individu mengenai semua hal yang terkait dengan aktivitas politik. *Image* politik tidak selalu mencerminkan realitas objektif. Suatu *image* politik juga dapat mencerminkan hal yang tidak real atau imajinasi yang terkadang bisa berbeda dengan kenyataan fisik. *Image* politik dapat diciptakan, dibangun, dan diperkuat (Firmansyah, 2007:230-231).

Berdasarkan pemaparan diatas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Dewan Pimpinan Daerah Partai Persatuan Indonesia (DPD Partai PERINDO) Dalam Melakukan Pencitraan Di Kota Pekanbaru”.

No	Nama Mahasiswa	Judul	Metode Penelitian	Hasil	Perbedaan
1.	Albert Goveri (Universitas Riau)	Strategi komunikasi Dinas Perhubungan Komunikasi Dan Informatika Kota Pekanbaru Dalam Mensosialisasikan Bus Trans Metro.	Kualitatif Deskriptif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan dalam mensosialisasikan Bus Trans Metro adalah bekerjasama dengan media massa. Strategi komunikasi lainnya adalah dengan menggunakan media antarpribadi, media kelompok, internet, media luar ruang dan juga <i>mobile information</i> . Faktor pendukung strategi komunikasi tersebut	Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis data Model Huberman dan Miles, dan teknik pemeriksaan data dilakukan dengan perpanjangan keikutsertaan, triangulasi dan pengecekan keanggotaan.

				adalah tersedianya sarana dan parasarana pendukung seperti jaringan Hotspot, VoIP, dan juga bentuk fisik Bus Trans Metro yang menjadi salah satu sarana sosialisasi.	
2	Neti Junezi (Universitas Riau)	Peran Seksi Advokasi Dan Komunikasi Informasi Edukasi Kantor BKKBN Provinsi Riau Dalam Mensosialisasikan Program Keluarga Berencana Di Provinsi Riau.	Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian menemukan bahwa peran Seksi Advokasi dan KIE Kantor BKKBN Provinsi Riau dalam menyosialisasikan program keluarga berencana di Provinsi Riau belum terlaksana sebagaimana mestinya. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan dana, sarana dan kualitas sumberdaya manusia yang ada. .	Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling dan snow ball sampling. Teknik analisis data menggunakan Model Analisis Interaktif Miles dan Huberman.
3	Aldi Rizky Andikapura (Universitas Komputer Indonesia)	Strategi Komunikasi Paguyuban Mojang Jajaka Cianjur (PMJC): studi deskriptif kualitatif mengenai Strategi Komunikasi Paguyuban Mojang Jajaka Cianjur dalam mensosialisasikan Kebudayaan dan Pariwisata melalui lomba pencarian bakat Pasanggiri Mojang Jajaka 2013	Kualitatif Deskriptif	Kesimpulan peneliti memperlihatkan bahwa strategi komunikasi Paguyuban Mojang Jajaka Cianjur dalam mensosialisasikan kebudayaan dan pariwisata melalui lomba pencarian bakat Pasanggiri Mojang Jajaka sudah mencakup perencanaan, penyusunan pesan, metode komunikasi, Strategi Komunikasi.	Dalam penelitian ini peneliti membahas mengenai strategi komunikasi yang dilakukan PMJC dalam mensosialisasikan Kebudayaan dan Pariwisata

Sumber data : olahan peneliti, 2007

b. Strategi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

c. **Komunikasi**

Menurut Effendy (1997:8) komunikasi memiliki beberapa fungsi dan tujuan yaitu:

1. Fungsi Komunikasi:
 - a) Menyampaikan informasi (*to inform*)
 - b) Mendidik (*to educate*)
 - c) Menghibur (*to entertain*)
 - d) Mempengaruhi (*to influence*)
2. Tujuan Komunikasi:
 - a) Perubahan Sikap (*attitude*)
 - b) Perubahan pendapat (*opinion change*)
 - c) Perubahan Perilaku (*behavior change*)
 - e) Perubahan Sosial (*social change*)”

d. **Strategi Komunikasi**

Strategi komunikasi merupakan paduan dan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan komunikasi manajemen (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi (Effendy, 2000:300).

Beberapa unsur-unsur dari strategi komunikasi dalam Sugiana (2001:123) adalah sebagai berikut :

a. **Strategi Komunikator**

- 1) Penentuan sasaran komunikasi
Seringkali tindakan komunikasi kita tidak berjalan secara efisien

karena kita tidak menetapkan secara eksplisit “apa yang kita capai”. Oleh karena itu, banyak kata atau tindakan kita yang mungkin sebenarnya tidak perlu kita ucapkan atau lakukan. Segala sesuatu yang ingin kita lakukan hendaknya bersifat “lurus” ke arah sasaran yang ingin kita capai.

- 2) Penentuan cara berkomunikasi
Penentuan cara berkomunikasi adalah penentuan mengenai bagaimana seorang komunikator harus membawa dirinya di hadapan khalayak. Dengan kata lain bagaimana membuat perimbangan yang tepat mengenai keterlibatannya dalam interaksinya dengan komunikan.
- 3) Kredibilitas sumber
Kredibilitas adalah suatu kondisi dimana seorang komunikator dinilai memiliki pengetahuan atau pengalaman yang relevan dengan topik pesan yang disampaikan sehingga komunikan menjadi percaya bahwa apa yang disampaikannya tersebut bersifat objektif.

b. **Strategi Khalayak**

Berarti analisis situasi komunikasi dari sudut pandang khalayak. Yang mencakup didalamnya adalah pertimbangan-pertimbangan terhadap :

- 1) Identifikasi khalayak yaitu siapa yang akan menerima pesan harus kita identifikasikan dengan jelas.
- 2) Latar belakang pengetahuan khalayak
Seringkali seseorang berbicara dihadapan sekelompok orang tanpa memperimbangkan apakah mereka dapat memahami pesan yang kita sampaikan atau bahkan apakah mereka dapat mengintegrasikan informasi yang mereka terima kedalam

struktur kognisinya. Dengan mempertimbangkan latar belakang pengetahuan mereka kita dapat menyesuaikan perilaku komunikasi kita untuk tidak menghubungkan dengan konsep yang asing bagi mereka

3) Perasaan khalayak

Disini kita mempertimbangkan mengenai perasaan khalayak adalah seberapa tertariknya khalayak pada pesan komunikasi, apakah pesan yang kita sampaikan mendapat prioritas tinggi/rendah dari khalayak, seberapa jauh pesan kita akan mempengaruhi tujuan-tujuan mereka, dan apakah mereka akan mendukung, biasa-biasa saja, atau menentang komunikasi kita.

c. Strategi Pemilihan Media

Dari keanekaragaman jenis dan kemampuan media komunikasi yang menjadi pokok perhatian utama dalam pemanfaatan media untuk komunikasi adalah sejauh mana media yang bersangkutan mendukung tujuan komunikasi. Secara umum, media komunikasi membantu dalam hal menambah minat, variasi dan dampak, serta pesan yang disajikan cenderung lebih lama tinggal dalam memori khalayak. (Sugiana, 2001:75)

Ada puluhan jenis media komunikasi baik media massa seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film maupun yang termasuk media nir massa seperti surat, telepon, poster, brosur dan lain sebagainya. Dari alternatif banyak jenis media seperti disebutkan diatas, diambil paling tepat untuk jenis pesan tertentu dan komunikasi tertentu (Effendy, 2002:33).

e. Partai Politik

Secara umum dapat dikatakan bahwa partai politik adalah suatu

kelompok terorganisir yang anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai, dan cita-cita yang sama. Tujuan kelompok ini ialah untuk memperoleh kekuasaan politik dan merebut kedudukan politik (biasanya) dengan cara konstitusional untuk melaksanakan programnya (Budiardjo, 2009:403-404).

f. Pencitraan

Pencitraan adalah salah satu bentuk komunikasi yang juga menuntut kesamaan makna sebagai hasil akhirnya. Pelaku pencitraan berharap agar masyarakat kemudian bisa memiliki kesan tentang diri, produk, perusahaan, atau organisasi yang dicitrakan sesuai dengan yang diharapkan (Nana Sutikna, 2014:608).

Image politik didefinisikan sebagai konstruksi atas representasi dan persepsi masyarakat (publik) akan suatu partai politik atau individu mengenai semua hal yang terkait dengan aktivitas politik. *Image* politik tidak selalu mencerminkan realitas objektif. Suatu *image* politik juga dapat mencerminkan hal yang tidak real atau imajinasi yang terkadang bisa berbeda dengan kenyataan fisik. *Image* politik dapat diciptakan, dibangun, dan diperkuat (Firmansyah, 2007:230-231).

g. Teori Yang Digunakan Dalam Penelitian

Teori yang digunakan dalam penelitian Strategi Komunikasi Dewan Pimpinan Daerah Partai Persatuan Indonesia (DPD Partai PERINDO) Dalam Melakukan Pencitraan Di Kota Pekanbaru adalah teori yang dikemukakan oleh Dadang Sugiana dalam bukunya Perencanaan Pesan Dan Media..

Penggunaan teori strategi komunikasi dalam penelitian ini dikarenakan pembatasan pada pencitraan yang dilakukan oleh Dewan Pimpinan Daerah Partai Persatuan Indonesia (DPD Partai PERINDO) Kota Pekanbaru tidak kepada komunikasi kepada khalayak

yang dapat mempengaruhi khalayak untuk menjatuhkan pilihan kepada partai politik pada pemilihan umum. Pencitraan yang dilakukan disini adalah sebagai awal bagi Partai Persatuan Indonesia (Partai PERINDO) untuk menjadi nominasi partai politik yang menjadi pilihan dalam pemilihan umum tahun 2019.

Sedangkan untuk mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dalam strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dewan Pimpinan Daerah Partai Persatuan Indonesia (DPD Partai PERINDO) Kota Pekanbaru dalam pencitraan Partai Persatuan Indonesia (Partai PERINDO) di Kota Pekanbaru menggunakan teori yang dikemukakan oleh Effendy dalam bukunya Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis.

3. Metode Penelitian

Metode penelitian kualitatif. Lokasi penelitian Dewan Pimpinan Daerah Partai Persatuan Indonesia (DPD Partai PERINDO) Kota Pekanbaru. Sumber data primer melalui wawancara serta sumber data sekunder. Teknik analisa data dilaksanakan dengan analisis model analisis interaktif Miles dan Huberman.

4. Hasil Penelitian

Berikut adalah hasil dari penelitian strategi komunikasi Dewan Pimpinan Daerah Partai Persatuan Indonesia (DPD Partai PERINDO) dalam melakukan pencitraan di Kota Pekanbaru : **Sasaran** yang ingin dicapai dalam setiap kegiatan yang diadakan oleh Dewan Pimpinan Daerah Partai Persatuan Indonesia (DPD Partai PERINDO) Kota Pekanbaru adalah untuk menjalankan serta mewujudkan apa yang diinginkan oleh anggota Partai Persatuan Indonesia (Partai PERINDO) di Kota Pekanbaru, dan untuk mendapatkan anggota baru Partai Persatuan Indonesia (Partai PERINDO) di Kota Pekanbaru.

Dewan Pimpinan Daerah Partai Persatuan Indonesia (DPD Partai PERINDO) Kota Pekanbaru menggunakan **cara berkomunikasi** dengan mengadakan kegiatan-kegiatan yang langsung menyentuh kepada kebutuhan masyarakat sesuai dengan visi dan misi dari Partai Persatuan Indonesia (Partai PERINDO).

Dewan Pimpinan Daerah Partai Persatuan Indonesia (DPD Partai PERINDO) Kota Pekanbaru dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan diawali dengan pembukaan acara yang berisi sambutan-sambutan dari perwakilan pengurus, aparatur pemerintah yang hadir, dan ahli yang berkompeten, tentang strategi komunikasi **kredibilitas penyampai pesan.**

Khalayak sebagai penerima pesan dari strategi khalayak yang merupakan bagian dari strategi komunikasi Dewan Pimpinan Daerah Partai Persatuan Indonesia (DPD Partai PERINDO) Kota Pekanbaru dalam melakukan pencitraan di Kota Pekanbaru adalah masyarakat umum.

Latar belakang pengetahuan khalayak terutama dibidang politik sebagian besar yang berpartisipasi dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh Dewan Pimpinan Daerah Partai Persatuan Indonesia (DPD Partai PERINDO) Kota Pekanbaru pengetahuannya sudah cukup. Hal ini dipengaruhi oleh semakin mudah informasi diperoleh karena sudah tersedianya berbagai macam media.

Tersentuhnya **perasaan khalayak** merupakan strategi komunikasi yang mudah tapi sulit bagi Dewan Pimpinan Daerah Partai Persatuan Indonesia (DPD Partai PERINDO) Kota Pekanbaru. Apabila khalayak sudah tersentuh perasaannya dengan kegiatan yang dilaksanakan oleh Dewan Pimpinan Daerah Partai Persatuan Indonesia (DPD

Partai PERINDO) Kota Pekanbaru maka Partai Persatuan Indonesia (Partai PERINDO) menjadi pilihan di pemilihan umum tahun 2019.

Pemilihan media Dewan Pimpinan Daerah Partai Persatuan Indonesia (DPD Partai PERINDO) Kota Pekanbaru dalam melakukan pencitraan di Kota Pekanbaru menggunakan berbagai macam kegiatan. Kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan oleh Dewan Pimpinan Daerah Partai Persatuan Indonesia (DPD Partai PERINDO) Kota Pekanbaru adalah : menyediakan fasilitas ambulance gratis, *fogging*, pemberian fasilitas gerobak jualan Partai Persatuan Indonesia (Partai PERINDO) bagi pedagang kaki lima, penimbunan jalan, pengobatan gratis.

Faktor pendukung Dewan Pimpinan Daerah Partai Persatuan Indonesia (DPD Partai PERINDO) dalam melakukan pencitraan di Kota Pekanbaru adalah memiliki sekretariat sendiri atau hak milik bukan sewa di Jl. Borobudur Kota Pekanbaru, dan memiliki ambulance sendiri sehingga kapanpun dapat dimanfaatkan.

Faktor penghambat Dewan Pimpinan Daerah Partai Persatuan Indonesia (DPD Partai PERINDO) dalam melakukan pencitraan di Kota Pekanbaru adalah kondisi pendanaan, kondisi sumber daya manusia, dan pengarsipan dokumentasi kegiatan.

Strategi bersifat taktis, mulai dari ide, perencanaan, sampai eksekusi program itu adalah strategi. Pencitraan berkonotasi buruk disebabkan oleh politisi itu sendiri. Strategi yang dilakukan oleh Partai Persatuan Indonesia (Partai PERINDO) adalah pengambilan momentum yang ada nilai kebaikan kemudian di blow up melalui media. Masyarakat Indonesia sangat mudah untuk simpati kepada kebaikan tanpa melihat siapa orangnya dan apa yang telah dia buat, begitu kasat mata

baik maka persepsinya baik, karena politik itu adalah persepsi.

5. Saran

Berikut adalah saran yang dapat peneliti sampaikan dalam penelitian strategi komunikasi Dewan Pimpinan Daerah Partai Persatuan Indonesia (DPD Partai PERINDO) dalam melakukan pencitraan di Kota Pekanbaru :

1. Dewan Pimpinan Daerah Partai Persatuan Indonesia (DPD Partai PERINDO) Kota Pekanbaru aktif mencari alternatif-alternatif dalam mencari solusi keterbatasan pendanaan.
2. Dewan Pimpinan Daerah Partai Persatuan Indonesia (DPD Partai PERINDO) Kota Pekanbaru menempatkan sumber daya manusia dengan sistem jadwal dan memberikan *reward* kepada sumber daya manusia yang senantiasa aktif didalam setiap aktifitas Dewan Pimpinan Daerah Partai Persatuan Indonesia (DPD Partai PERINDO) Kota Pekanbaru.
3. Dewan Pimpinan Daerah Partai Persatuan Indonesia (DPD Partai PERINDO) Kota Pekanbaru memanfaatkan sumber daya manusia atau simpatisan yang mempunyai keahlian dibidang pengarsipan dokumentasi kegiatan.

6. Daftar Pustaka

Buku teks

- Arifin Jaenal dan Syamsir Salam. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: UIN Jakarta press
- Cangara, Hafied. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Effendy, Omong Uchjana. 2002. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- _____. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: Remaja Rodaskarya

Firmanzah, 2007. *Marketing Politik Antara Pemahaman Dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia

Miriam, Budiardjo. 2009. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Moleong, J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya

Palapah, M.O. dan Atang Syamsudin. 1993. *Studi Ilmu Komunikasi*. Bandung: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran

Ruslan, Rosady. 1994. *Praktik dan Solusi Public Relations dalam Situasi Krisis dan Pemulihan Citra*, Jakarta : Ghalia Indonesia

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta

Susanto, Astrid S. 1989. *Komunikasi Dalam Teori dan Praktek*. Bandung: Binacipta

Syam, Nina Winangsih, Dadang Sugiana. 2002. *Perencanaan Pesan dan Media*. Jakarta: Universitas Terbuka

Tinambunan, W.E. 2002. *Teori-Teori Komunikasi*. Jakarta: Swakarya

Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Gramedia Widiasarana Indonesia

Sumber lainnya

Andikapura, Aldi Rizky. 2014. *Strategi Komunikasi Paguyuban Mojang Jajaka Cianjur (PMJC): Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Strategi Komunikasi Paguyuban Mojang Jajaka Cianjur Dalam Mensosialisasikan Kebudayaan dan Pariwisata Melalui Lomba Pencarian Bakat Pasanggiri Mojang Jajaka 2013*. Jakarta: Universitas Komputer Indonesia

Alwasilah, Chaedar. A. 2002. *Pokoknya Kualitatif (Dasar – Dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif)*, Jakarta: Dunia Pustaka Jaya

Goveri, Albert. 2010. *Strategi komunikasi Dinas Perhubungan*

Komunikasi Dan Informatika Kota Pekanbaru Dalam Mensosialisasikan Bus Trans Metro. Pekanbaru: Universitas Riau

Junezi, Neti. 2011. *Peran Seksi Advokasi Dan Komunikasi Informasi Edukasi Kantor BKKBN Provinsi Riau Dalam Mensosialisasikan Program Keluarga Berencana Di Provinsi Riau*. Pekanbaru: Universitas Riau
www.partaiperindo.com