

**STRATEGI DIGITALISASI DPW PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA
(PSI) JAKARTA DALAM PEMILU ELEKTORAL TAHUN 2024**

¹ **Muhamad Arly Aryana**, ² **Novance Silitonga, S.Sos., M.Si.**

Email: arlyaryanaa@gmail.com, novancesilitonga@ubk.ac.id

**Program Studi Ilmu Politik
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Bung Karno**

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji strategi kesiapan digitalisasi Dewan Pimpinan Wilayah (DPW) Partai Solidaritas Indonesia (PSI) DKI Jakarta dalam menghadapi Pemilu Elektoral 2024. Di era demokrasi digital, partai politik dituntut untuk melakukan transformasi struktural dan kultural melalui pemanfaatan teknologi digital guna memperkuat interaksi dengan pemilih, khususnya generasi muda yang melek digital. Dengan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif, penelitian ini mengungkap bahwa PSI Jakarta menerapkan strategi digitalisasi melalui optimalisasi media sosial, aplikasi solidaritas, perekrutan kader daring, dan komunikasi visual yang progresif. Temuan menunjukkan bahwa keberhasilan PSI Jakarta dalam mempertahankan delapan kursi DPRD pada dua pemilu berturut-turut merupakan hasil dari integrasi strategi digital yang terfokus, responsif, dan relevan dengan karakteristik pemilih urban. Penelitian ini menegaskan bahwa digitalisasi bukan hanya alat kampanye, tetapi fondasi baru bagi partai politik modern dalam membangun legitimasi dan partisipasi elektoral secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Partai Digital, Demokrasi Digital, Strategi Politik, PSI, Jakarta, Pemilih Muda, Pemilu 2024

ABSTRACT

This study explores the digital readiness strategy of the Regional Leadership Council (DPW) of the Indonesian Solidarity Party (PSI) Jakarta in the context of the 2024 electoral campaign. In the era of digital democracy, political parties are required to undergo structural and cultural transformations by leveraging digital

technology to strengthen their engagement with voters, particularly the digitally literate youth. Employing a qualitative and descriptive approach, the study finds that PSI Jakarta implemented its digital transformation through social media optimization, the "Solidarity App," online cadre recruitment, and progressive visual communication. The results indicate that PSI Jakarta's ability to secure eight seats in the Jakarta Regional Parliament (DPRD) in two consecutive elections is rooted in a focused and adaptive digital strategy aligned with the profile of urban voters. This research highlights that digitalization is not merely a campaign tool but a foundational pillar for modern political parties to build legitimacy and sustainable electoral participation.

Keywords: Digital Party, Digital Democracy, Political Strategy, PSI, Jakarta, Youth Voters, 2024 Election

PENDAHULUAN

Tingkat Panetrasi Pengguna Internet Indonesia

No	Tahun	Pertumbuhan Tingkat Panetrasi Indonesia
1.	2018	64,8%
2.	2020	73,7%
3.	2022	77,01%
4.	2023	78,19%
5.	2024	79,5%

Sumber (Tekno Kompas.Com)

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam ranah politik. Media sosial, platform daring, serta kecerdasan buatan menjadi instrumen utama dalam membentuk opini publik, membangun citra politik, dan memobilisasi dukungan elektoral. Fenomena ini menegaskan bahwa partai politik modern tidak lagi dapat mengandalkan strategi

konvensional, melainkan harus mampu beradaptasi dengan ekosistem digital yang dinamis agar tetap relevan di tengah masyarakat¹.

Namun, dalam konteks Indonesia, partai politik menghadapi tantangan serius berupa menurunnya kepercayaan publik akibat maraknya kasus korupsi, konflik internal, dan lemahnya pelebagaan partai. Huntington menekankan bahwa pelebagaan merupakan proses penting yang menentukan stabilitas dan legitimasi partai dalam jangka panjang². Oleh karena itu, di era demokrasi digital, pelebagaan harus diimbangi dengan inovasi strategi digital yang mampu menghubungkan partai dengan generasi muda yang menjadi segmen pemilih dominan pada Pemilu 2024³.

Tabel Perolehan Suara PSI Pemilu 2019 dan Pemilu 2024

Partai Politik	Pemilu 2019		Pemilu 2024	
	Hasil Perolehan Suara	Persentase Perolehan Suara	Hasil Perolehan Suara	Persentase Perolehan Suara
Partai Solidaritas Indonesia	2.650.361	1.85%	4.260.108	2.80%

Sumber : KPU RI

Salah satu partai politik yang menonjol dalam upaya digitalisasi adalah Partai Solidaritas Indonesia (PSI). Sebagai partai baru yang berbasis anak muda,

¹ Castells, M. (2012). *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. Polity Press.

² Huntington, S. P. (1968). *Political Order in Changing Societies*. Yale University Press.

³ Randall, V., & Svasand, L. (2002). Party Institutionalization in New Democracies. *Party Politics*, 8(1), 5–29. <https://doi.org/10.1177/1354068802008001001>

PSI memanfaatkan media sosial, aplikasi digital, serta strategi komunikasi modern untuk membangun citra sebagai partai politik progresif. Data menunjukkan bahwa pada Pemilu 2019 dan 2024, PSI mampu menjaga konsistensi dukungan di kalangan pemilih muda, khususnya di Jakarta, dengan mengoptimalkan strategi digital sebagai instrumen utama kampanyenya⁴. Keberhasilan ini membuka ruang penelitian lebih lanjut mengenai sejauh mana efektivitas digitalisasi partai dapat meningkatkan daya saing elektoral.

Keberhasilan tersebut menunjukkan adanya pergeseran pola komunikasi politik dari pendekatan tradisional menuju model digital interaktif, di mana publik tidak lagi hanya menjadi objek pesan politik, tetapi juga berperan aktif dalam memberikan aspirasi, kritik, bahkan partisipasi langsung dalam aktivitas partai. Dengan demikian, PSI telah memanfaatkan momentum digitalisasi untuk meneguhkan identitasnya sebagai partai yang adaptif, progresif, dan relevan dengan kebutuhan politik generasi baru.

Atas dasar itu, keberhasilan PSI membuka ruang penelitian lebih lanjut mengenai sejauh mana efektivitas digitalisasi partai politik dapat meningkatkan daya saing elektoral dalam sistem demokrasi Indonesia yang semakin terdigitalisasi. Penelitian ini penting untuk memahami dinamika transformasi partai politik modern, sekaligus menilai apakah strategi digital PSI mampu menjadi model yang berkelanjutan dan dapat direplikasi oleh partai lain dalam menghadapi tantangan politik kontemporer.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini difokuskan pada bagaimana DPW PSI DKI Jakarta sebagai representasi strategi digitalisasi partai di tingkat daerah. strategi digital yang digunakan DPW PSI DKI Jakarta dalam membangun citra sebagai partai modern di era digital dan Mengapa PSI memilih

⁴ Alvin, S. (2022). *Evolusi Partai Politik di Indonesia: Studi Kasus PSI Menuju Partai Digital*. Jakarta: Prenadamedia

pendekatan digital sebagai instrumen utama dalam strategi politiknya Dengan rumusan masalah ini, penelitian bertujuan untuk menganalisis langkah konkret digitalisasi partai, serta menilai efektivitas strategi tersebut dalam memperkuat posisi politik PSI di tengah dinamika demokrasi digital

KERANGKA TEORI

Demokrasi Digital

Demokrasi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *demos* yang berarti rakyat dan *kratos* yang berarti kekuasaan, sehingga dimaknai sebagai pemerintahan yang kekuasaan tertingginya berada di tangan rakyat. Sejak pemikiran klasik Plato dan Aristoteles, demokrasi dipahami sebagai pemerintahan oleh rakyat, yang kemudian diperluas oleh Abraham Lincoln dengan definisi terkenal: “pemerintahan dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat,” yang menekankan partisipasi aktif warga negara dalam penyelenggaraan pemerintahan⁵.

Demokrasi pada hakikatnya menempatkan rakyat sebagai pemegang kedaulatan tertinggi dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Konsep ini mengandung tiga makna penting, yakni pemerintahan dari rakyat (*government of the people*) yang memperoleh legitimasi melalui dukungan mayoritas, pemerintahan oleh rakyat (*government by the people*) yang dijalankan atas nama kepentingan rakyat, serta pemerintahan untuk rakyat (*government for the people*) yang ditujukan demi melindungi dan memenuhi kepentingan masyarakat. Prinsip kedaulatan rakyat ini juga tercermin dalam perubahan Pasal 1 ayat (2) UUD 1945 melalui amendemen ketiga, dari yang semula menyatakan kedaulatan dilaksanakan sepenuhnya oleh

⁵ Held, D. (2006). *Models of Democracy*. Stanford University Press.

MPR, menjadi kedaulatan berada di tangan rakyat dan dilaksanakan menurut Undang-Undang Dasar, yang menegaskan pergeseran ke arah sistem demokrasi yang lebih konstitusional⁶. Demokrasi digital merupakan evolusi dari sistem demokrasi konvensional yang memanfaatkan teknologi informasi untuk memperluas partisipasi publik

dalam proses politik. Melalui media sosial, aplikasi daring, dan platform partisipatif, warga negara kini dapat menyuarakan pendapat, memberi masukan terhadap kebijakan, serta mengawasi jalannya pemerintahan secara lebih cepat dan interaktif.

Manuel Castells menyebut fenomena ini sebagai *networked public sphere*, yaitu ruang publik baru yang memungkinkan terbentuknya interaksi politik yang lebih terbuka, kolaboratif, dan partisipatif⁷.

Dalam konteks partai politik, demokrasi digital tidak hanya menghadirkan peluang baru bagi terciptanya ruang komunikasi politik yang lebih terbuka, tetapi juga mendorong lahirnya prinsip transparansi, partisipasi aktif, serta desentralisasi informasi yang sebelumnya sulit diwujudkan dalam sistem politik konvensional. Sejalan dengan pandangan Jan A.G.M. van Dijk, demokrasi digital tidak dapat dipahami sekadar sebagai pemanfaatan internet sebagai medium komunikasi, melainkan sebagai suatu desain sistem politik yang deliberatif, akuntabel, dan memungkinkan adanya partisipasi warga secara lebih setara dalam setiap proses pengambilan keputusan⁸.

Kondisi ini menuntut partai politik untuk bertransformasi menjadi institusi yang lebih adaptif terhadap perubahan teknologi, terbuka dalam mengelola

⁶ Asshiddiqie, J. (2005). *Konstitusi dan Konstitusionalisme Indonesia*. Konstitusi Press.

⁷ Castells, M. (2012). *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. Polity Press.

⁸ Van Dijk, J. A. G. M. (2020). *The Network Society*. Sage Publications.

informasi publik, serta responsif dalam merespons dinamika sosial yang berkembang di masyarakat. Lebih jauh, transformasi tersebut menjadi semakin penting mengingat generasi muda sebagai basis pemilih baru cenderung lebih kritis, melek teknologi, dan menuntut adanya interaksi politik yang cepat, transparan, serta partisipatif melalui ruang-ruang digital.

Partai Solidaritas Indonesia (PSI) menjadi salah satu contoh nyata modernisasi partai politik melalui demokrasi digital. Melalui strategi digital yang agresif, PSI terutama DPW PSI DKI Jakarta berupaya membangun citra sebagai

partai modern dan progresif dengan basis dukungan anak muda. Strategi ini diwujudkan melalui penggunaan media sosial, forum virtual, serta digitalisasi kegiatan partai untuk memperkuat interaksi dengan publik. Dengan pendekatan tersebut, PSI tidak hanya mempertegas identitasnya sebagai partai anak muda, tetapi juga menjadikan digitalisasi sebagai instrumen pelembagaan politik di era demokrasi digital⁹.

Partai Digital

Partai politik pada dasarnya merupakan kelompok terorganisir yang bertujuan memperoleh dan mempertahankan kekuasaan politik melalui mekanisme pemilu, dengan mencalonkan kandidat untuk jabatan publik. Miriam Budiardjo mendefinisikan partai politik sebagai organisasi yang dibentuk oleh warga negara dengan tujuan politik yang sama untuk merealisasikan kebijakan secara konstitusional, sekaligus menjadi perantara antara rakyat dan pemerintah¹⁰. Sementara itu, Maurice Duverger menekankan bahwa partai dapat dipahami dari tiga pendekatan: sebagai organisasi, fungsi, dan ideologi¹¹. Senada dengan itu,

⁹ Afian, A. (2021). Demokrasi Digital dan Transformasi Partai Politik. *Jurnal Ilmu Politik*, 12(2), 145–162.

¹⁰ Miriam Budiardjo, *Dasar-Dasar Ilmu Politik* (Jakarta: Gramedia, 2008), hlm. 163.

¹¹ Maurice Duverger, *Political Parties: Their Organization and Activity in the Modern State* (London: Methuen, 1964), hlm. xxiii–xxv.

Sigmund Neumann menegaskan bahwa partai politik merupakan organisasi aktivis yang berupaya merebut serta mempertahankan kekuasaan guna mewujudkan kebijakan sesuai orientasi ideologi mereka¹².

Menurut Ramlan Surbakti, partai politik memiliki empat fungsi pokok dalam sistem politik modern, yakni sebagai sarana komunikasi politik, sosialisasi politik, rekrutmen politik, dan pengatur konflik, sehingga partai berperan penting sebagai jembatan antara masyarakat dan pemerintah¹³. Dalam era digital, fungsi fungsi tersebut mengalami transformasi dengan hadirnya media sosial, situs web, dan platform daring yang memungkinkan partai menyebarkan program, merekrut anggota, serta merespons isu publik secara lebih cepat dan interaktif. Digitalisasi ini membuat partai politik tidak hanya memperluas jangkauan, tetapi juga memperdalam kualitas partisipasi politik masyarakat dalam demokrasi kontemporer.

Partai politik digital hadir sebagai bentuk transformasi organisasi politik yang beroperasi sepenuhnya di ruang daring. Gerbaudo menekankan bahwa partai digital berfungsi layaknya *cloud party*, di mana kantor fisik digantikan oleh aplikasi, platform media sosial, dan komunikasi berbasis internet. Untuk menarik anggota baru, partai digital menggunakan strategi mirip *startup*, dengan menonjolkan platform yang ramah pengguna dan interaktif sehingga memudahkan partisipasi publik secara luas¹⁴.

Munculnya partai digital juga dipandang sebagai respons terhadap krisis kepercayaan masyarakat pada sistem representasi politik tradisional. Partai ini membuka ruang partisipasi publik yang lebih langsung, memungkinkan masyarakat berkontribusi dalam penyusunan agenda politik dan kebijakan. Gerbaudo

¹² Sigmund Neumann, *Modern Political Parties: Approaches to Comparative Politics* (Chicago: University of Chicago Press, 1956), hlm. 395.

¹³ Ramlan Surbakti, *Memahami Ilmu Politik* (Jakarta: Grasindo, 1992), hlm. 128–129

¹⁴ Paolo Gerbaudo, *The Digital Party: Political Organisation and Online Democracy* (London: Pluto Press, 2019), hlm. 58–60.

menegaskan bahwa politik baru dapat dianggap ideal hanya jika rakyat dilibatkan secara aktif, bukan sekadar dijadikan objek mobilisasi pasif sebagaimana dalam model partai konvensional¹⁵.

Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa praktik partai digital tidak sepenuhnya mencerminkan demokrasi deliberatif. Gerbaudo menyebut fenomena ini sebagai *plebiscitarianism 2.0*, yaitu ketika partisipasi publik hanya dibatasi pada pilihan setuju atau tidak terhadap isu yang telah ditentukan sebelumnya oleh elite partai. Dengan demikian, alih-alih menjadi ruang diskusi terbuka, partai digital kerap menjadikan mekanisme daring sebagai sarana legitimasi keputusan topdown, mirip dengan model referendum modern¹⁶.

Generasi

Perbedaan generasi mencerminkan variasi karakteristik sosial, budaya, dan teknologi yang membentuk identitas serta cara pandang mereka terhadap dunia. Menurut Manheim, generasi merupakan konstruksi sosial yang lahir dari pengalaman sejarah bersama dalam rentang waktu tertentu, sementara Ryder menekankan bahwa generasi terbentuk melalui peristiwa-peristiwa penting yang dialami secara kolektif¹⁷. Hal ini menjelaskan mengapa setiap generasi, mulai dari Baby Boom hingga Generasi Alpha, memiliki pola pikir dan gaya hidup yang berbeda, termasuk dalam menyikapi politik dan teknologi.

¹⁵ Paolo Gerbaudo, *The Digital Party: Political Organisation and Online Democracy* (London: Pluto Press, 2019), hlm. 92–94

¹⁶ Paolo Gerbaudo, *The Digital Party: Political Organisation and Online Democracy* (London: Pluto Press, 2019), hlm. 123–125.

¹⁷ Karl Manheim, *Essays on the Sociology of Knowledge* (London: Routledge & Kegan Paul, 1952), hlm. 276; Norman Ryder, “The Cohort as a Concept in the Study of Social Change,” *American Sociological Review*, Vol. 30, No. 6 (1965), hlm. 843–861.

Konteks politik digital, generasi muda khususnya Milenial dan Generasi Z tampil sebagai kelompok paling adaptif. Mereka bukan hanya menggunakan teknologi sebagai alat bantu, tetapi menjadikannya bagian integral dari kehidupan sosial dan politik. Howe dan Strauss menegaskan bahwa generasi dibentuk oleh kesamaan waktu kelahiran dan pengalaman historis, yang dalam kasus Milenial dan Gen Z sangat dipengaruhi oleh perkembangan internet dan media sosial¹⁸. Hal ini tercermin dalam cara mereka lebih menyukai jalur politik informal berbasis digital, seperti kampanye daring, petisi online, dan diskusi publik di media sosial.

Partai Solidaritas Indonesia (PSI) menjadi contoh nyata partai yang berhasil mengintegrasikan karakter generasi digital ke dalam strategi politiknya. Dengan memanfaatkan media sosial, transparansi keuangan daring, serta gaya komunikasi yang interaktif, PSI menasar Milenial dan Gen Z sebagai basis utama dukungan politiknya. Gerbaudo menjelaskan bahwa generasi digital ini cenderung mengutamakan keterbukaan, partisipasi langsung, serta penggunaan teknologi dalam pengambilan keputusan politik¹⁹. Karena itu, keberhasilan partai modern sangat ditentukan oleh kemampuannya merespons dinamika generasi digital melalui strategi komunikasi yang relevan dan partisipatif.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang bertujuan untuk menghasilkan data deskriptif berupa ucapan maupun tulisan. Ibjek yang menjadi fokus dalam penelitian ini yakni Pengurus Struktural DPW Partai Solidaritas Indonesia Provinsi DKI Jakarta. Serta Peneliti akan berinteraksi langsung dengan pihak-pihak yang terkait yakni perwakilan dari kelompok generasi Milenial, Gen Z dan Gen X sebagai narasumber pendukung dalam menganalisis penelitian.

¹⁸ Neil Howe & William Strauss, *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069* (New York: William Morrow, 1991), hlm. 27–30

¹⁹ Paolo Gerbaudo, *The Digital Party: Political Organisation and Online Democracy* (London: Pluto Press, 2018), hlm. 45–50.

Penggunaan beragam sumber seperti buku, jurnal, artikel, serta sumber pustaka yang relevan pada penelitian ini membantu peneliti dalam memahami isi dan konteks penelitian secara lebih menyeluruh.

PEMBAHASAN

Strategi Digitalisasi DPW PSI DKI Jakarta

Dalam era digital yang ditandai dengan transformasi pola komunikasi dan perilaku politik masyarakat, Partai Solidaritas Indonesia (PSI) DKI Jakarta menunjukkan upaya nyata untuk menyesuaikan diri sebagai partai politik modern melalui strategi digitalisasi yang terstruktur. Strategi ini tidak hanya digunakan untuk meningkatkan citra partai di mata publik, tetapi juga menjadi bagian dari reformasi internal guna memperkuat daya saing PSI dalam kontestasi politik elektoral. Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara dengan pengurus inti PSI DKI Jakarta, terlihat bahwa strategi digital yang diimplementasikan meliputi berbagai dimensi: mulai dari rekrutmen kader secara daring, penyusunan konten kampanye digital, pelaporan kinerja anggota dewan melalui aplikasi, hingga pelibatan publik dalam kanal pelaporan seperti “Lapor PSI”.

Salah satu bentuk konkret strategi digitalisasi PSI Jakarta adalah pendekatan “*digital-first*” dalam kegiatan kampanye dan komunikasi politik. DPW PSI DKI Jakarta secara aktif memproduksi konten-konten digital yang disesuaikan dengan isu-isu terkini dan tren media sosial. Konten ini tidak hanya bersifat promosi atau kampanye elektoral, melainkan juga mengedepankan edukasi politik, transparansi kinerja, serta advokasi terhadap permasalahan publik seperti korupsi, intoleransi, dan polusi udara. Tim digital PSI yang dibentuk di tingkat DPW dan didukung oleh para caleg muda menjadi tulang punggung pelaksanaan strategi ini. Dalam wawancara dengan Sekretaris Wilayah PSI Jakarta, Geraldi Wibinata, disebutkan bahwa kampanye digital telah menjadi bagian integral dari strategi sejak Pemilu

2019, ketika PSI masih belum dikenal luas dan harus memaksimalkan media sosial untuk meningkatkan kesadaran publik terhadap eksistensi partai.

Strategi digitalisasi PSI juga diwujudkan melalui pemanfaatan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, yang terbukti lebih efektif dalam menjangkau kelompok pemilih muda seperti Generasi Z dan milenial. Di tengah keterbatasan dana dan infrastruktur yang dimiliki partai baru seperti PSI, pendekatan digital memberikan keunggulan tersendiri karena bersifat efisien, mudah diakses, dan menjangkau lebih banyak audiens tanpa harus melalui media konvensional seperti TV atau iklan luar ruang. Dalam konteks Jakarta sebagai kota metropolitan dengan penetrasi internet yang tinggi, digitalisasi partai menjadi langkah rasional dan strategis. Berdasarkan data yang dimuat dalam skripsi, pengguna internet di Indonesia mencapai 79,5% populasi pada tahun 2024, dengan Jakarta sebagai salah satu pusat pengguna internet aktif.

Dari sudut pandang teori, pendekatan ini mencerminkan konsep “Demokrasi Digital”, di mana teknologi digital digunakan untuk memperluas ruang partisipasi politik masyarakat, mendorong akuntabilitas, dan membangun kedekatan emosional antara partai dengan konstituen. Selain itu, strategi digital PSI juga dapat dibaca melalui lensa teori Partai Digital, yang dikembangkan dalam studi-studi mutakhir tentang evolusi partai politik modern. Dalam teori ini, partai politik bukan hanya berevolusi dalam cara mereka berkomunikasi, tetapi juga dalam struktur internal, metode rekrutmen, hingga pengambilan keputusan yang lebih terbuka dan transparan. PSI menjadi salah satu contoh bagaimana partai politik bisa menjelma menjadi organisasi yang lebih adaptif dan responsif terhadap perkembangan teknologi dan perubahan sosial.

Dengan demikian, strategi digitalisasi yang diterapkan oleh DPW PSI DKI Jakarta tidak hanya sekadar menjawab tantangan zaman, melainkan juga mencerminkan perubahan paradigma dalam praktik politik Indonesia. Transformasi digital yang dilakukan PSI menunjukkan bahwa modernisasi partai bukan sekadar slogan, tetapi terwujud dalam bentuk-bentuk kerja nyata yang berbasis data, teknologi, dan kedekatan emosional dengan pemilih muda. Strategi ini menjadi

langkah awal penting dalam upaya memperkuat basis elektoral PSI serta meningkatkan relevansi partai di tengah tantangan demokrasi modern.

Motivasi dan Alasan Penggunaan Strategi Digital

Pemilihan strategi digital oleh DPW PSI DKI Jakarta tidak muncul secara kebetulan, melainkan merupakan respons adaptif terhadap dinamika politik kontemporer yang semakin terdigitalisasi. Perubahan perilaku politik masyarakat, khususnya di wilayah urban seperti Jakarta, menuntut partai politik untuk menyesuaikan saluran komunikasi dan strategi kampanye mereka. Hal ini semakin relevan karena dalam Pemilu 2024, komposisi pemilih muda—yang terdiri atas Generasi Milenial dan Generasi Z—mencapai lebih dari separuh total pemilih. Kedua generasi ini dikenal sebagai pengguna aktif media sosial sekaligus digital native yang terbiasa mengakses informasi, berdiskusi, bahkan menyuarakan aspirasi politik melalui platform digital. Dengan latar belakang tersebut, PSI menempatkan strategi digital bukan hanya sebagai sarana kampanye elektoral, melainkan juga sebagai instrumen penting untuk edukasi politik, peningkatan transparansi, serta pembukaan ruang partisipasi publik yang lebih luas dan inklusif.

Selain faktor demografis, motivasi penggunaan strategi digital juga dipengaruhi oleh alasan ideologis dan efisiensi. Sebagai partai politik yang ingin tampil berbeda dari partai-partai lama, PSI menolak praktik politik uang dan berupaya membangun citra melalui ide, data, serta prinsip transparansi. Digitalisasi memungkinkan penyebaran pesan politik secara lebih luas dengan biaya yang jauh lebih hemat dibandingkan metode kampanye konvensional seperti baliho, spanduk, atau iklan televisi. Efisiensi ini menjadi penting mengingat keterbatasan sumber daya yang dimiliki PSI sebagai partai baru. Lebih dari itu, digitalisasi membuka peluang komunikasi dua arah antara partai dan masyarakat melalui kanal interaktif seperti “Lapor PSI”, di mana warga bisa menyampaikan aspirasi, kritik, dan keluhan secara langsung. Dengan cara ini, PSI berusaha menegaskan identitasnya sebagai partai modern yang partisipatif, terbuka, serta memiliki kedekatan emosional dengan masyarakat, khususnya generasi muda.

Strategi digital yang dijalankan PSI mencerminkan transformasi menuju model *digital party*, yaitu partai politik yang tidak hanya memanfaatkan teknologi untuk komunikasi eksternal, tetapi juga mengintegrasikannya ke dalam struktur internal, proses rekrutmen kader, hingga pengambilan keputusan. Transformasi ini sekaligus menjadi jawaban atas fenomena apatisme politik generasi muda yang kerap memandang politik sebagai sesuatu yang elitis dan jauh dari kehidupan sehari-hari. Melalui pendekatan digital, PSI mengemas pesan politik dalam bentuk yang lebih ringan, visual, interaktif, dan sesuai dengan gaya komunikasi generasi Milenial dan Z. Dengan demikian, digitalisasi bukan sekadar instrumen kampanye, tetapi telah menjadi bagian dari identitas politik PSI dalam menjawab tantangan demokrasi modern. Strategi ini juga memperlihatkan upaya nyata PSI untuk membangun legitimasi dan relevansi di tengah masyarakat urban, sekaligus menegaskan posisinya sebagai pionir partai politik modern di Indonesia.

Implementasi Strategi Digital oleh Pengurus dan Kader PSI

Implementasi strategi digital DPW PSI DKI Jakarta dijalankan secara konkret melalui pengorganisasian tim media sosial, pembagian tugas produksi konten, serta kewajiban bagi setiap caleg untuk aktif membangun personal branding di platform digital. Tim digital di tingkat DPW secara rutin memproduksi narasi kampanye, konten visual, dan edukasi politik yang disesuaikan dengan isu publik, sekaligus memantau interaksi masyarakat di media sosial. Dengan demikian, strategi digital PSI tidak hanya bersifat kolektif, tetapi juga menekankan peran individu kader dalam memperkuat citra partai.

Selain itu, PSI Jakarta mengadakan berbagai pelatihan internal seperti workshop digital bagi bacaleg untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan komunikasi politik. Caleg baru dibekali pemahaman tentang pentingnya media sosial dalam politik, serta dilatih membuat konten mandiri yang relevan dan interaktif. Bahkan setelah terpilih, kader tetap didorong untuk menjaga eksistensi digitalnya agar hubungan dengan konstituen tetap terjaga. Langkah ini menunjukkan keseriusan PSI dalam membangun kapasitas kader sekaligus memperkuat identitas sebagai partai modern berbasis teknologi.

Meski demikian, implementasi strategi digital tidak terlepas dari tantangan, terutama keterbatasan SDM dan anggaran. Tidak semua kader mahir mengelola media sosial, sehingga PSI Jakarta menyediakan kelas khusus serta tim pendukung untuk membantu. Menariknya, strategi digital PSI bersifat desentralistik, di mana DPW diberi otonomi penuh dalam mengelola akun media sosial sesuai dinamika lokal, sementara DPP hanya memberikan arahan dalam momen tertentu. Pola ini mencerminkan karakter partai digital dengan struktur yang fleksibel, kolaboratif, dan responsif terhadap perubahan, sekaligus memperlihatkan budaya kerja politik baru yang lebih terbuka dan adaptif di era digital.

Peran Media Digital dalam Komunikasi PSI

Media digital kini menjadi pusat strategi komunikasi partai politik modern, termasuk bagi PSI DKI Jakarta. Melalui platform seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan WhatsApp, PSI tidak hanya melakukan promosi elektoral, tetapi juga membuka ruang interaksi langsung dengan publik, khususnya generasi muda yang lekat dengan teknologi digital. Media sosial diposisikan sebagai ruang publik baru yang memungkinkan partai menyampaikan isu aktual, menampilkan kinerja kader, hingga menerima aspirasi warga secara cepat dan interaktif. Dengan cara ini, PSI mampu menghadirkan komunikasi politik yang lebih terbuka, transparan, dan sesuai dengan pola konsumsi informasi masyarakat urban yang dinamis.

Penggunaan Instagram oleh William Aditya Sarana selaku anggota DPRD DKI Jakarta Fraksi PSI menjadi contoh konkret efektivitas media sosial dalam membangun komunikasi yang relevan dan bernilai elektoral. Bagi William, interaksi digital yang terjalin bukan sekadar untuk meningkatkan popularitas semu, melainkan memperkuat keterhubungan geografis dan tematik dengan konstituen di daerah pilihannya. Ia dapat menyampaikan capaian kerja, merespons keluhan warga, hingga berdialog langsung melalui fitur tanya jawab atau pesan pribadi. Dengan menghadirkan konten yang ringan, berani, serta sesuai dengan gaya komunikasi anak muda, PSI berhasil menciptakan citra partai yang lebih segar dan dekat dengan masyarakat, berbeda dari partai lain yang masih terjebak dalam pola

komunikasi konvensional.

Lebih jauh, strategi digital PSI juga menekankan konsistensi dalam penyampaian konten serta kemampuan untuk cepat merespons isu-isu lokal yang menyentuh langsung kehidupan warga. Unggahan konten berupa laporan kinerja, edukasi publik, hingga dokumentasi aksi sosial menjadi bukti keterbukaan partai terhadap publik. Hal ini tidak hanya menjadikan komunikasi politik lebih transparan dan personal, tetapi juga memperkuat posisi PSI sebagai partai yang adaptif terhadap perubahan sosial. Melalui pendekatan digital ini, PSI mampu membangun hubungan politik yang lebih sejajar dan egaliter dengan masyarakat, sekaligus menumbuhkan loyalitas elektoral di kalangan pemilih muda yang menjadi basis penting dalam kontestasi politik modern.

Persepsi Pemilih Muda terhadap Strategi Digital PSI

Persepsi pemilih muda terhadap strategi digital PSI DKI Jakarta menunjukkan keberhasilan partai ini dalam menjalin kedekatan dengan Generasi Z dan Milenial melalui gaya komunikasi yang segar, santai, dan sesuai karakter mereka. Konten yang ditampilkan di platform seperti TikTok dan Instagram dinilai berbeda dari partai lain karena mampu membalut isu-isu politik dalam format ringan, visual menarik, serta berani menyentuh tema sensitif. Strategi ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa media sosial efektif digunakan untuk membangun brand politik yang lebih dekat dengan generasi muda karena sifatnya yang interaktif dan personal²⁰. Dengan demikian, PSI berhasil menampilkan citra partai yang otentik dan berani, berbeda dari partai mapan yang masih terjebak pada pola komunikasi konvensional.

Namun, meskipun citra digital PSI cukup kuat, sebagian pemilih muda yang kritis menilai bahwa strategi digital bukan satu-satunya ukuran modernitas partai.

²⁰ Arifianto, S., & Nulhaqim, S. A. (2020). *Media Sosial dan Komunikasi Politik Generasi Milenial*. Jurnal Komunikasi, 14(1), 23–38.

Mereka menekankan pentingnya konsistensi, substansi, dan dampak nyata dalam kehidupan masyarakat. Studi mutakhir menunjukkan bahwa generasi muda lebih cenderung mendukung partai politik yang tidak hanya hadir di media sosial, tetapi juga mampu memberikan solusi konkret bagi persoalan sosial seperti pendidikan, lapangan kerja, dan isu lingkungan²¹. Oleh karena itu, meskipun citra digital mampu membangun awareness dan engagement, hal itu tidak otomatis menghasilkan loyalitas elektoral tanpa dibarengi kerja nyata di lapangan.

Tantangan utama PSI ke depan adalah memastikan strategi digital tidak hanya berhenti pada aspek gaya, tetapi juga memperkuat substansi dan membuka ruang partisipasi politik yang nyata. Pemilih muda semakin mengharapkan adanya komunikasi dua arah, baik melalui forum daring, polling interaktif, maupun diskusi berbasis komunitas yang memberikan kesempatan menyuarakan aspirasi mereka.

Hal ini sejalan dengan teori komunikasi politik digital yang menekankan pentingnya deliberasi publik dalam membangun demokrasi partisipatif²². Jika strategi ini konsisten dijalankan, media digital tidak hanya menjadi alat membangun popularitas, tetapi juga jembatan untuk mengonversi atensi digital menjadi loyalitas elektoral berkelanjutan.

Tantangan dalam Pelaksanaan Strategi Digital

Strategi digital PSI DKI Jakarta meski tampak progresif, menghadapi berbagai tantangan struktural, teknis, dan administratif. Hambatan utama terletak pada keterbatasan sumber daya manusia yang belum sepenuhnya memiliki literasi digital, sehingga tidak semua kader mampu memproduksi konten yang menarik atau memahami algoritma media sosial. Untuk mengatasi hal ini, PSI membentuk tim media internal dan mengadakan pelatihan bagi kader, meski penerapannya masih bergantung pada inisiatif individu.

²¹ Sulaksono, D. (2021). *Generasi Muda dan Partisipasi Politik Digital di Indonesia*. Jurnal Politik, 7(2), 155–173.

²² Lim, M. (2020). *Freedom to Hate: Social Media, Algorithmic Enclaves, and the Rise of Tribal Nationalism in Indonesia*. Critical Asian Studies, 52(3), 323–324

Selain keterbatasan SDM, faktor anggaran juga menjadi kendala signifikan. Seluruh biaya digitalisasi, mulai dari iklan berbayar hingga produksi konten, ditanggung mandiri oleh DPW PSI Jakarta tanpa sokongan dana dari pusat. Akibatnya, strategi digital sering kali tidak bisa dioptimalkan secara merata di semua wilayah. Tantangan lain muncul dari sisi teknis, di mana penggunaan data dan analitik belum maksimal sehingga strategi konten masih bertumpu pada tren viral, bukan analisis terukur.

Di samping itu, relevansi konten lokal dan keberagaman audiens juga menjadi ujian tersendiri. Konten yang terlalu umum berisiko tidak efektif secara elektoral, sementara sebagian pemilih yang tidak akrab dengan media sosial tetap membutuhkan pendekatan konvensional. Oleh karena itu, strategi digital PSI perlu disinergikan dengan kampanye luring, serta dilengkapi mekanisme evaluasi berbasis data agar lebih konsisten, profesional, dan berkelanjutan.

Efektivitas Strategi Digital terhadap Peningkatan Elektoral

Tabel Perolehan Kursi PSI Pemilu 2019 dan 2024 DPRD DKI Jakarta

Partai Politik	Pemilu 2019		Pemilu 2024	
Partai Solidaritas Indonesia	Hasil Perolehan Suara	Jumlah Kursi DPRD DKI Jakarta	Hasil Perolehan Suara	Jumlah Kursi DPRD DKI Jakarta
	404.508	8	465.936	8

Sumber : KPU DKI Jakarta

Strategi digital yang dijalankan DPW PSI DKI Jakarta terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan eksistensi partai, kesadaran publik, serta keterlibatan pemilih, meskipun tidak selalu berbanding lurus dengan lonjakan perolehan suara. Data menunjukkan adanya kenaikan suara PSI secara nasional dari 1,85% pada Pemilu 2019 menjadi 2,80% pada Pemilu 2024, atau setara dengan peningkatan sekitar 1,6 juta suara. Di Jakarta, PSI berhasil mempertahankan delapan kursi di DPRD DKI Jakarta, yang mencerminkan stabilitas basis elektoral di tengah kompetisi politik yang semakin ketat.

Meski demikian, efektivitas digital dalam konteks elektoral memiliki keterbatasan. Popularitas di media sosial tidak otomatis berkonversi menjadi suara, sebab tidak semua pengikut berasal dari daerah pemilihan yang sama. Hal ini ditegaskan oleh William Aditya, yang menekankan pentingnya menghadirkan konten berbasis isu lokal agar kampanye digital lebih relevan secara elektoral. Oleh karena itu, strategi digital perlu dipadukan dengan kerja nyata di lapangan, sehingga tidak hanya berfungsi sebagai pencitraan, tetapi juga memperkuat substansi dan kedekatan dengan masyarakat.

Hasil wawancara dengan lima informan non-PSI menunjukkan adanya respon yang beragam terhadap strategi digitalisasi yang dijalankan PSI pada Pemilu 2024. Dari kelima informan tersebut, dua orang menyatakan memilih PSI, sementara tiga lainnya tidak memberikan dukungan elektoral. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi digitalisasi PSI memang mampu menarik sebagian pemilih, khususnya mereka yang merasa dekat dengan isu dan gaya komunikasi digital partai. Namun demikian, fakta bahwa mayoritas informan tetap tidak memilih PSI mengindikasikan bahwa digitalisasi personal belum sepenuhnya efektif dalam mengubah preferensi politik pemilih secara luas.

Efektivitas strategi digital PSI juga terlihat dari aspek reputasi, legitimasi, dan konsolidasi internal. Pengakuan sebagai partai informatif oleh Komisi Informasi DKI Jakarta menunjukkan bahwa digitalisasi dimanfaatkan bukan hanya untuk kampanye, tetapi juga untuk membangun transparansi dan akuntabilitas. Dengan pendekatan hybrid yang menggabungkan kampanye digital dan tatap muka, PSI berhasil membangun citra modern, progresif, serta dekat dengan generasi muda.

Namun, keberhasilan ini masih bersifat bertahap dan perlu didukung dengan konsistensi program, kredibilitas kader, serta strategi jangka panjang agar dapat benar-benar mengonversi dukungan digital menjadi loyalitas elektoral yang berkelanjutan.

Digitalisasi dan Pelembagaan Partai

Transformasi digital yang dijalankan DPW PSI DKI Jakarta bukan hanya sebatas strategi komunikasi, melainkan juga bagian penting dari proses pelembagaan partai. Digitalisasi digunakan untuk memperkuat struktur internal, menciptakan budaya partai yang lebih transparan, serta meningkatkan akuntabilitas. Publikasi laporan kinerja dan keuangan secara terbuka, sistem anggaran yang terdigitalisasi, hingga audit independen menjadi bukti bahwa PSI menjadikan digitalisasi sebagai instrumen untuk membangun legitimasi organisasi di mata publik.

Selain transparansi, digitalisasi juga dimanfaatkan untuk memperluas partisipasi politik masyarakat. Melalui rekrutmen kader daring, magang terbuka, dan platform pelaporan warga seperti “Lapor PSI”, publik tidak hanya menjadi objek kampanye, tetapi juga subjek aktif dalam proses politik. Inovasi ini menunjukkan bahwa PSI berupaya membangun model partai partisipatif yang sejalan dengan prinsip demokrasi digital, di mana warga dilibatkan dalam pengawasan, penyampaian aspirasi, bahkan dalam proses kaderisasi.

Penguatan kapasitas kader pun menjadi fokus penting dalam pelembagaan digital. PSI Jakarta rutin mengadakan pelatihan media sosial, branding digital, hingga pembuatan konten untuk para bacaleg dan anggota legislatif. Sistem koordinasi yang fleksibel juga diterapkan, memberi ruang bagi DPW untuk mengelola platform digital sesuai konteks lokal. Meski demikian, tantangan masih ada, terutama terkait standarisasi kualitas konten dan literasi digital kader. Oleh karena itu, digitalisasi perlu dijalankan secara konsisten agar benar-benar membentuk identitas PSI sebagai partai modern yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan demokrasi kontemporer.

KESIMPULAN

Hasil penelitian mengenai strategi digital PSI DKI Jakarta menunjukkan bahwa digitalisasi telah menjadi pilar utama dalam membangun eksistensi, citra, dan efektivitas komunikasi politik partai di era kontemporer. Fokus utama diarahkan pada generasi Z dan milenial yang mendominasi demografi pemilih serta sangat aktif di media sosial. Melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, PSI menghadirkan komunikasi politik yang segar, inklusif, dan interaktif, berbeda dari pola partai tradisional yang cenderung kaku dan elitis. Strategi ini tidak hanya membangun awareness dan keterlibatan publik, tetapi juga mencerminkan upaya pelebagaan partai berbasis teknologi, transparansi, dan partisipasi warga.

Implementasi strategi digital PSI dilakukan melalui pelatihan kader dan caleg agar mampu menjadi aktor digital yang mandiri, serta pembentukan tim konten internal yang kreatif dan responsif. Media sosial juga digunakan sebagai sarana komunikasi dua arah dengan konstituen. Meski begitu, sejumlah tantangan tetap muncul, mulai dari keterbatasan sumber daya manusia, literasi digital yang belum merata, minimnya anggaran kampanye daring, hingga konversi dukungan digital yang belum sepenuhnya terwujud dalam bentuk suara elektoral. Namun, capaian PSI dalam mempertahankan kursi legislatif di DPRD DKI Jakarta selama dua periode, serta meningkatnya kepercayaan publik terhadap citra partai yang modern dan bersih, membuktikan bahwa digitalisasi memberikan dampak positif yang signifikan.

Lebih dari sekadar alat komunikasi, digitalisasi juga menjadi bagian integral dalam pelebagaan PSI sebagai partai modern. Publikasi laporan keuangan secara daring, rekrutmen kader melalui platform digital, hingga penyediaan kanal pelaporan publik adalah contoh nyata bagaimana PSI membangun struktur organisasi yang adaptif terhadap perkembangan zaman dan tuntutan keterbukaan demokrasi. Dengan demikian, strategi digital PSI tidak hanya berpengaruh pada aspek elektoral jangka pendek, tetapi juga berperan penting dalam membentuk fondasi kelembagaan yang kuat dan berorientasi jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Afian, A. (2021). Demokrasi digital dan transformasi partai politik. *Jurnal Ilmu Politik*, 12(2), 145–162.
- Alvin, S. (2022). *Evolusi partai politik di Indonesia: Studi kasus PSI menuju partai digital*. Jakarta: Prenadamedia.
- Arifianto, S., & Nulhaqim, S. A. (2020). Media sosial dan komunikasi politik generasi milenial. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 23–38.
- Asshiddiqie, J. (2005). *Konstitusi dan konstitusionalisme Indonesia*. Jakarta: Konstitusi Press.
- Budiardjo, M. (2008). *Dasar-dasar ilmu politik*. Jakarta: Gramedia.
- Castells, M. (2012). *Networks of outrage and hope: Social movements in the internet age*. Cambridge: Polity Press.
- Duverger, M. (1964). *Political parties: Their organization and activity in the modern state*. London: Methuen.
- Gerbaudo, P. (2019). *The digital party: Political organisation and online democracy* (pp. 58–60). London: Pluto Press.
- Held, D. (2006). *Models of democracy*. Stanford: Stanford University Press.
- Howe, N., & Strauss, W. (1991). *Generations: The history of America's future, 1584 to 2069* (pp. 27–30). New York: William Morrow.
- Huntington, S. P. (1968). *Political order in changing societies*. New Haven: Yale University Press.
- Lim, M. (2020). Freedom to hate: Social media, algorithmic enclaves, and the rise of tribal nationalism in Indonesia. *Critical Asian Studies*, 52(3), 323–347. <https://doi.org/10.1080/14672715.2020.1764196>
- Manheim, K. (1952). *Essays on the sociology of knowledge* (p. 276). London: Routledge & Kegan Paul.
- Neumann, S. (1956). *Modern political parties: Approaches to comparative politics* (p. 395). Chicago: University of Chicago Press.
- Randall, V., & Svasand, L. (2002). Party institutionalization in new democracies. *Party Politics*, 8(1), 5–29. <https://doi.org/10.1177/1354068802008001001>
- Ryder, N. (1965). The cohort as a concept in the study of social change. *American Sociological Review*, 30(6), 843–861.
- Surbakti, R. (1992). *Memahami ilmu politik* (pp. 128–129). Jakarta: Grasindo.
- Sulaksono, D. (2021). Generasi muda dan partisipasi politik digital di Indonesia. *Jurnal Politik*, 7(2), 155–173.
- Van Dijk, J. A. G. M. (2020). *The network society*. London: Sage Publications.

DAFTAR PUSTAKA

- Afian, A. (2021). Demokrasi digital dan transformasi partai politik. *Jurnal Ilmu Politik*, 12(2), 145–162.
- Alvin, S. (2022). *Evolusi partai politik di Indonesia: Studi kasus PSI menuju partai digital*. Jakarta: Prenadamedia.
- Arifianto, S., & Nulhaqim, S. A. (2020). Media sosial dan komunikasi politik generasi milenial. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 23–38.
- Asshiddiqie, J. (2005). *Konstitusi dan konstitusionalisme Indonesia*. Jakarta: Konstitusi Press.
- Budiardjo, M. (2008). *Dasar-dasar ilmu politik*. Jakarta: Gramedia.
- Castells, M. (2012). *Networks of outrage and hope: Social movements in the internet age*. Cambridge: Polity Press.
- Duverger, M. (1964). *Political parties: Their organization and activity in the modern state*. London: Methuen.
- Gerbaudo, P. (2019). *The digital party: Political organisation and online democracy* (pp. 58–60). London: Pluto Press.
- Held, D. (2006). *Models of democracy*. Stanford: Stanford University Press.
- Howe, N., & Strauss, W. (1991). *Generations: The history of America's future, 1584 to 2069* (pp. 27–30). New York: William Morrow.
- Huntington, S. P. (1968). *Political order in changing societies*. New Haven: Yale University Press.
- Lim, M. (2020). Freedom to hate: Social media, algorithmic enclaves, and the rise of tribal nationalism in Indonesia. *Critical Asian Studies*, 52(3), 323–347. <https://doi.org/10.1080/14672715.2020.1764196>
- Manheim, K. (1952). *Essays on the sociology of knowledge* (p. 276). London: Routledge & Kegan Paul.
- Neumann, S. (1956). *Modern political parties: Approaches to comparative politics* (p. 395). Chicago: University of Chicago Press.
- Randall, V., & Svasand, L. (2002). Party institutionalization in new democracies. *Party Politics*, 8(1), 5–29. <https://doi.org/10.1177/1354068802008001001>
- Ryder, N. (1965). The cohort as a concept in the study of social change. *American Sociological Review*, 30(6), 843–861.
- Surbakti, R. (1992). *Memahami ilmu politik* (pp. 128–129). Jakarta: Grasindo.
- Sulaksono, D. (2021). Generasi muda dan partisipasi politik digital di Indonesia. *Jurnal Politik*, 7(2), 155–173.
- Van Dijk, J. A. G. M. (2020). *The network society*. London: Sage Publications.