

**KOMUNIKASI PERSUASIF PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA (PSI)  
SUMATERA BARAT PADA ANAK MUDA DALAM REKRUTMEN  
ANGGOTA PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA DI SUMATERA  
BARAT**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas

Oleh:

**Indah Sartika**  
**1410861026**

Pembimbing:

**Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom**  
**Rinaldi, M.I.Kom**



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2021**

## ABSTRAK

### KOMUNIKASI PERSUASIF PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA (PSI) SUMATERA BARAT PADA ANAK MUDA DALAM REKRUTMEN ANGGOTA PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA DI SUMATERA BARAT

Oleh:

**INDAH SARTIKA**  
1410861026

Pembimbing:

**Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom**  
**Rinaldi, M.I.Kom**

Minat anak muda atau generasi milenial Indonesia terhadap politik yang begitu rendah bertolak belakang dengan Partai Solidaritas Indonesia sebagai partai baru yang berani menjadikan anak muda sebagai pengendara utama partainya. Partai Solidaritas Indonesia Sumatera Barat berhasil merekrut anggota partai yang didominasi oleh anak muda terbukti dengan jumlah calon legislatif pada pemilu 2019 yang berusia di bawah 35 tahun atau sebanyak 76 persen. Hal ini menjadi landasan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana upaya komunikasi persuasif Partai Solidaritas Indonesia Sumatera Barat pada anak muda dalam rekrutmen anggotanya. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan metode pendekatan eksplanatif. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori Retorika Undangan oleh Foss dan Foss dan teori Konvergensi Simbolis oleh Bormann. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan juga dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam rekrutmen anggotanya pada anak muda Partai Solidaritas Indonesia Sumatera Barat melakukan komunikasi persuasif melalui tatap muka dan melalui media sosial hingga media luar ruang yaitu papan iklan. Persuasi secara tatap muka dilakukan dengan menyampaikan pesan-pesan berupa motivasi yang dapat merubah persepsi hingga perilaku anak muda terkait politik. Komunikasi melalui media sosial dilakukan melalui media sosial *facebook*, *twitter* dan *instagram* milik partai dan akun pribadi pengurus. Upaya persuasi menggunakan media sosial lebih banyak menarik perhatian anak muda dibanding dengan persuasi tatap muka. Media luar ruang juga dimanfaatkan yaitu papan iklan. Pada proses persuasinya Partai Solidaritas Indonesia Sumatera Barat menemukan hambatan yang berasal dari internal partai dan juga eksternal yaitu anak muda yang sedang dipersuasi.

**Kata Kunci: Rekrutmen Politik, Anak Muda, Komunikasi Persuasif, Partai Solidaritas Indonesia Sumatera Barat**

## ABSTRACT

### **PERSUASIVE COMMUNICATION OF PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA SUMATERA BARAT TO THE MILLENNIALS ON ITS MEMBER RECRUITMENT IN WEST SUMATERA**

By:

**INDAH SARTIKA**

**1410861026**

Supervisors:

**Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom**

**Rinaldi, M.I.Kom**

*The low interest of young people or the Indonesian millennial generation in politics is in contrast with Partai Solidaritas Indonesia as a new party that dares making the millennials as their main mover. Partai Solidaritas Indonesia Sumatera Barat succeeded in recruiting the millennials as its party members. As evidenced by the legislative candidates in the 2019 election where there was 76 percent of them were under 35 years old. These were the reasons for this research to be conducted to find out how Partai Solidaritas Indonesia persuaded the millennials in their recruitment process. This study used the constructivism paradigm with the qualitative approach method. The theory used in this research is the Invitation Rhetoric theory by Foss and Foss and the Symbolic Convergence theory by Bormann. The data was collected by doing interviews, observation, and documentation. The results of this study indicated that Partai Solidaritas Indonesia Sumatera Barat used direct or face-to-face communication and indirect persuasive communication through social media and also outdoor media, namely billboards. Face to face persuasion is carried out by delivering motivational messages that can change perceptions and the behavior of the millennials towards politics. Indirect communication through social media was done through Facebook, Twitter of the PSI's account and the PSI administrator's personal account. Persuasion efforts using social media attracted more young people's attention than face-to-face persuasion. the process of persuasion, PSI Sumatera Barat found obstacles originating from internal and external parties, namely young people who were being persuaded.*

**Keywords: Political Recruitment, Millennials, Persuasive Communication,  
Partai Solidaritas Indonesia Sumatera Barat**