

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan strategi *political public relations* dalam kampanye pemilu 2014 dengan studi kasus Totok Daryanto (TD), calon legislatif DPR RI di Dapil V Jawa Timur. Signifikansi penelitian ini yakni TD merupakan *incumbent* legislatif DPR RI yang maju lagi, namun kali ini berbeda daerah pemilihan (Dapil). Pemilu periode 2014, TD maju dari Dapil V Jawa Timur (Malang Raya). Tentu ada sejumlah tantangan, mulai dari kompetitor, figuranya yang tidak dikenal, hingga elektabilitas partainya, PAN yang tidak signifikan. TD menerapkan strategi *Political PR* melalui tim sukses untuk kampanye pemenangan pemilu 2014 di dapil TD yang baru.

Tinjauan pustaka penelitian meliputi teori kampanye politik dalam komunikasi politik, serta *political public relations* yaitu: *media management*, *image management*, *information management*, dan *internal communication*. Metode penelitian ini adalah studi kasus dengan metodologi penelitian kualitatif deskriptif. Pengumpulan data melalui observasi dan *in-depth interview*, dengan sasaran penelitian tim TD Great(ive) dan TD. Observasi dipilih karena peneliti menjadi partisipan atau terlibat dalam aktivitas kampanye pemenangan ini. Unit analisis penelitian ini adalah narasi hasil *interview*.

Hasil penelitian ini yakni ada aktivitas-aktivitas yang dilakukan berkaitan praktek *political public relations* seperti *media management*, *image management*, *information management* dan *internal communication*. Setiap aktivitas disesuaikan dengan *house of message* kampanye pemenangan ini yaitu “Aksi yang Pasti”. Strategi ini digunakan untuk menimbulkan perhatian (*attention*), ketertarikan (*interest*) agar timbul hasrat (*desire*) untuk memilih TD dalam pemilu 2014. Strategi ini cukup efektif, sebab berdasarkan hasil survey PusDeHam (April 2014), popularitas TD sebesar 27% dan elektabilitasnya sebesar 4%. TD memperoleh kursi kedelapan di DPR RI dari dapil V Jawa Timur.

Kata Kunci: Komunikasi, Politik, *Public Relations* Politik