

**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK TIM PEMENANGAN
CALON LEGISLATIF TAHUN 2024 DARI
DESA SEUMANAH JAYA**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

**AL IHSAN
NIM : 3012019056**

**Program Studi
KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**



**FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) LANGSA
2024 M/1445 H**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD)
Institut Agama Islam Negeri IAIN Langsa
Sebagai Salah Satu Beban Studi Program Sarjana (S-1)
Dalam Ilmu Dakwah**

Diajukan Oleh :

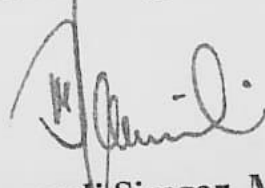
**AL IHSAN
NIM : 3012019056**

**Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)**

Disetujui Oleh :

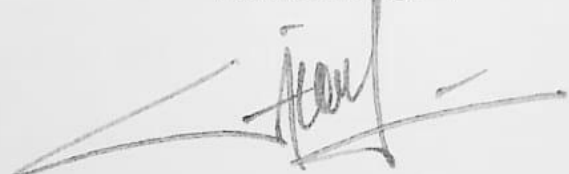
Al Ihsan
25/7
2024

Pembimbing I,



**Dr. Mawardi Siregar, MA
NIP. 19761116 200912 1 002**

Pembimbing II,



**Dr. Rusli, MA
NIP. 19800318 200901 1 004**

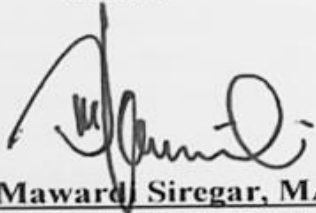
Telah Dinilai Oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi Fakultas
Ushuluddin Adab Dan Dakwah Institute Agama Negeri Islam
Langsa Dinyatakan Lulus Dan Diterima Sebagai Tugas Akhir
Penyelesaian Program Sarjana (S-1) Dalam Ilmu Komunikasi Dan
Penyiaran Islam

Pada hari/tanggal:

Selasa, 28 Agustus 2024 M

PANITIA SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Ketua



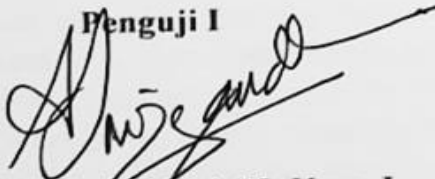
Dr. Mawardi Siregar, MA
NIP. 19761116 200912 1002

Sekretaris



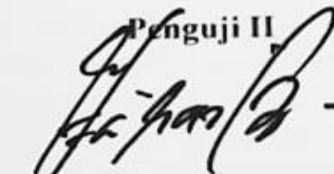
Dr. Rusli, MA
NIP. 19800318 200901 1004

Penguji I



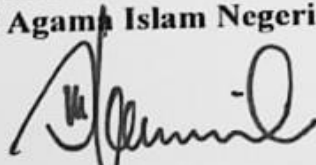
Al Mutia Gandhi, M. Kom. I
NIP. 19880203 201903 2006

Penguji II



Nairazi, AZ
NIDN. 2008128002

Mengetahui
Dekan Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Langsa



Dr. Mawardi Siregar, MA
NIP. 19761116 200912 1002

ABSTRAK

Al Ihsan, 2024. *Strategi Komunikasi Politik Tim Pemenangan Calon Legislatif Tahun 2024 dari Desa Seumanah Jaya*, Skripsi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah IAIN Langsa.

Permasalahan dalam penelitian ini meliputi tantangan dalam pelaksanaan strategi komunikasi politik tim pemenangan di Desa Seumanah Jaya, konflik antarpendukung selama kampanye dan kesulitan dalam menarik simpati publik serta membangun kepercayaan masyarakat. Keterbatasan koordinasi dan penyesuaian pesan kampanye juga mempengaruhi efektivitas kampanye. Hal ini menekankan pentingnya strategi komunikasi politik yang tepat dalam pemilihan legislatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi dan hambatan komunikasi politik tim pemenangan calon pemilihan legislatif tahun 2024 dari desa seumanah jaya, desain penelitian ini menggunakan metode kualitatif pendekatan deskriptif dengan informan penelitian terdiri enam orang, teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi serta teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, menarik kesimpulan dan verifikasi data. Penelitian ini menggunakan teori model komunikasi dikemukakan oleh Harold Laswell. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1). Strategi komunikasi politik yang digunakan tim pemenangan calon legislatif dari Desa Seumanah Jaya untuk pemilu 2024 berhasil meningkatkan kepercayaan masyarakat melalui pendekatan langsung dan retorika yang disesuaikan dengan budaya lokal. Strategi ini mencakup retorika, agitasi, propaganda, *public relations*, kampanye, lobi, dan penggunaan media massa. Masyarakat menyambut baik pendekatan yang ramah dan bahasa yang mudah dipahami, serta merasa lebih dekat dengan kandidat berkat keterlibatan aktif tim sukses dalam komunikasi politik. 2). Hambatan-hambatan yang dihadapi oleh Tim Pemenangan Pemilihan Calon Legislatif Tahun 2024 dari Desa Seumanah Jaya mencakup masalah dalam penyampaian pesan, kesalahpahaman semantik dan distorsi persepsi. Hambatan-hambatan ini berasal dari kurangnya pemahaman tim dalam menyampaikan materi, perbedaan interpretasi terhadap pesan yang disampaikan, serta pengaruh propaganda dari pihak lawan. Saran dalam penelitian ini Tim pemenangan perlu mengatasi kendala yang dihadapi dengan memperbaiki kemampuan komunikasi dan memperkuat pemahaman politik di kalangan pemilih

Kata kunci: Strategi Komunikasi Politik, Tim Pemenangan, Calon Legislatif 2024

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kekuatan kepada penulis yang hanya mampu berupaya, dengan rahmat dan hidayah-Nya lah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul tentang “*Strategi Komunikasi Politik Tim Pemenangan Calon Legislatif Tahun 2024 Dari Desa Seumanah Jaya*” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial dalam Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam di IAIN Langsa. Shalawat serta salam kepada junjungan alam sekaligus suri tauladan bagi umat islam yakni Rasulullah Muhammad SAW, Nabi yang telah memperjuangkan agama Islam dan telah membawa umatnya dari zaman Jahiliyah menuju zaman Islamiyah serta yang kita nanti-nantikan syafaatnya dihari akhir kelak. Penyelesaian skripsi ini karena tekad yang kuat diri sendiri, keluarga, sahabat, pembimbing akademik, pembimbing pertama, dan dosen pembimbing kedua, peneliti tidak akan mampu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini diselesaikan atas bantuan, dukungan dan bimbingan dari pembimbing skripsi saya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ismail Fahmi Arrauf Nasution, MA. selaku Rektor pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa
2. Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah yakni bapak Dr. Mawardi Siregar, M.A, para dosen yang telah mendidik saya, serta seluruh Civitas Akademik yang banyak membantu penulis dalam menempuh pendidikan Tinggi hingga selesai.

3. Ucapan terimakasih kepada tim pemengan calon legislatif (caleg) dan seluruh masyarakat desa Seumanah Jaya yang banyak membantu dengan memberikan data dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Dr. Mawardi Siregar, M.A, selaku pembimbing pertama telah membimbing dan memberikan banyak arahan dan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Dr. Rusli, M.A selaku pembimbing kedua dalam penulisan skripsi ini yang telah meluangkan waktu dan mengoreksi dan memberikan saran-saran selama penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Zulkarnain, S.Ag., M.A Selaku Ketua Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Langsa.
7. Ibu Al Mutia Gandhi, S.Sos.I, M.Kom.I selaku Sekretaris Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Langsa.
8. Ucapkan terima kasih kepada bapak/ibu dosen sekalian di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Langsa yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan, serta kepada seluruh staf dan karyawan Institut Agama Islam Negeri Langsa atas jasa-jasanya.
9. Kepada rekan-rekan seperjuangan yang banyak sekali memberikan support tidak bisa disebutkan satu per satu, terutama KPI Unit 2 Angkatan 2019 tak henti-hentinya memberikan inspirasi dan motivasi bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini secepatnya.
10. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, baik langsung maupun tidak langsung. Tidak ada kata lain selain puji syukur kehadirat Allah

SWT atas rahmat-Nya yang telah mem bantu saya dalam penyusunan skripsi ini. Sementara itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. *Amin ya rabbal'alamiin*. Saya berdoa agar upaya ini akan dianggap sebagai tindakan kebaikan dan dapat menjadikan kontribusi dalam menambah pengetahuan selanjutnya.

Meskipun skripsi ini telah disusun dengan baik, namun pastinya juga terdapat kekurangan dan keganjilan. Oleh karena itu, demi penyempurnaan skripsi ini di masa yang akan datang, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk membantu pembaca menjadi lebih tentang masalah dan fenomena dari pembahasan dari dalam skripsi ini, semoga dengan adanya penelitian ini dapat menambah pengetahuan. *Amin YA Rabbal 'Alamin!*

Langsa , September 2023

AL IHSAN

Nim: 3012019056

DAFTAR ISI

	Hal
ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	7
F. Penjelasan Istilah	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Kerangka Teoritis	10
1. Tinjauan tentang Komunikasi	10
2. Tinjauan tentang Politik.....	15
3. Komunikasi Politik	17
4. Strategi Komunikasi Politik.....	22
5. Pemilihan Umum (PEMILU)	28
6. Teori Model Komunikasi.....	35
B. Penelitian yang Relevan.....	37
C. Kerangka Pemikiran	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	43
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	43
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	44
C. Subyek Penelitian	44
D. Sumber Data	45
E. Teknik Pengumpulan Data.....	46
F. Teknik Analisis Data	48
G. Teknik Menjaga Keabsahan Data	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	54
B. Strategi Komunikasi Politik Tim Pemenangan Calon Legislatif Tahun Legislatif Tahun 2024 di Desa Seumanah Jaya	52

C. Hambatan Yang Dihadapi Oleh Tim Pemenangan Calon Legislatif Legislatif Tahun 2024 di Desa Seumanah Jaya	64
D. Pembasan	69
BAB V PENUTUP	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran	78
 DAFTAR PUSTAKA	 79
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Strategi komunikasi diperlukan dalam pelaksanaan komunikasi politik seperti seperti kampanye politik partai, kampanye legislatif, kampanye walikota, dan kampanye gubernur. Tentu saja kita harus memahami pentingnya media komunikasi ini untuk memahami makna strategi politik. Komunikasi manusia merupakan aspek penting dalam kehidupan. Niscaya akan terjadi tindakan komunikatif sepanjang hidup dan seluruh aktivitasnya. Untuk menggunakan mekanisme proses komunikasi, informasi atau pesan harus dijadikan bahan dalam suatu kegiatan komunikasi oleh dua orang atau lebih yang bertindak sebagai komunikator dan komunikan.¹ Maka konsep komunikasi dapat dipahami komponen kunci dari aktivitas politik. Pengetahuan tidak hanya dapat disampaikan dari suatu sumber kepada masyarakat melalui komunikasi, namun masyarakat juga dapat menciptakan kembali gagasan jika gagasan tersebut dilengkapi dengan simbol, slogan, atau tema yang menyeluruh.

Komunikasi politik adalah studi tentang perilaku dan aktivitas komunikasi yang bersifat politis, mempunyai konsekuensi politik, atau mempengaruhi perilaku politik dikenal sebagai komunikasi politik.² Konsep komunikasi politik juga interpretasi oleh Hafied Cangara bahwa suatu proses komunikasi yang berdampak

¹ Emilsyah Nur, “Strategi Komunikasi Tim Sukses Pada Kampanye Politik Untuk Memenangkan Calon Legislatif Kota Makassar,” *Jurnal Diakom* VOL. 2, no. 1 (2019): 120.

² Hafied Cangara, *Komunikasi Politik Konsep Teori Dan Strategi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), hal. 29.

pada aktivitas politik. Oleh karena itu, komunikasi politik adalah upaya sekelompok individu yang memiliki orientasi, aliran pemikiran politik, atau ideologi tertentu dengan tujuan untuk mendapatkan kendali atau pengaruh. Teknik komunikasi politik sangat penting untuk mempersiapkan diri menghadapi kandidat pesaing dan menumbuhkan persepsi positif dari masyarakat.

Para kandidat, staf kampanye, dan partai pengusung tentu sudah memikirkan matang-matang strateginya dalam mengantisipasi pemilu seperti ini untuk memastikan taktik yang mereka dukung efektif dan tepat sasaran. Kandidat berjuang untuk mendapatkan suara selama musim kampanye, dan masyarakat adalah sasaran pesan politik yang berkaitan dengan platform mereka. Peluang terbaik bagi para kandidat datang dari masyarakat. Rencana aksi yang matang tentu akan mendapat dukungan dari masyarakat luas.

Kampanye politik merupakan salah satu proses dalam penyelenggaraan pemilihan umum legislatif. Kampanye politik adalah jenis wacana politik terkoordinasi yang berlangsung selama jangka waktu tertentu. Seseorang, sekelompok orang, atau organisasi politik dapat menjalankan kampanye politik untuk memenangkan masyarakat agar mendukung tujuan mereka.³ Proses komunikasi politik, yang mencakup segala bentuk upaya komunikasi yang dilakukan bersamaan dengan wacana politik untuk mencapai keberhasilan, pada dasarnya merupakan inti dari kampanye yang dilakukan dalam rangka pemilihan kepala daerah.

Peran tim sukses memiliki efek besar dikarenakan mereka terlibat langsung dengan masyarakat untuk mempromosikan calon legislatif berikutnya.

³ Cangara, hal. 152.

Tim sukses membantu mengidentifikasi pemimpin ideal masyarakat. Calon legislatif yang didukung tim sukses menggunakan berbagai taktik komunikasi yang disesuaikan dengan keadaan dan latar belakang pemilih di luar tim, berdasarkan kenyataan di lapangan. Salah satu fungsi yang paling penting adalah kesuksesan yaitu cara kampanye dilakukan juga ditentukan oleh komunikasi politik calon legislatif dan tim sukses secara individu.

Menjelang pemilihan umum legislatif serentak secara asional 14 Februari 2024, setiap calon legislatif tentunya saling berlomba dalam menarik minat masyarakat untuk memilihnya. Hal ini tentunya wajar dalam tujuan komunikasi politik, yaitu komunikasi politik bertujuan menarik simpatik khalayak dalam rangka meningkatkan partisipasi politik saat menjelang pemilihan umum atau pemilihan calon legislatif (Caleg). Dalam menghadapi persaingan pemilu, komunikasi politik harus dilakukan dengan baik, namun untuk memperoleh hasil yang diinginkan juga diperlukan strategi.⁴

Salah satu jenis demokrasi adalah pemilihan anggota legislatif. Dengan menyelenggarakan pemilihan umum secara langsung, hak memilih tetap terjaga dan demokrasi tetap terjaga. Ini adalah proses dimana rakyat memilih wakil-wakilnya untuk mengawasi urusan, membangkitkan kepentingan umum, dan menegakkan hukum. Setiap kandidat mempunyai rencana komunikasi politik yang berbeda-beda untuk menarik perhatian masyarakat menjelang pemilu. Dalam

⁴ Nur, "*Strategi Komunikasi Tim Sukses Pada Kampanye Politik Untuk Memenangkan Calon Legislatif Kota Makassar*," hal. 121.

memilih kebijakan kolektif dan pembangunan daerah, masyarakat mampu memilih wakilnya sendiri.⁵

Untuk bersaing dengan kandidat lainnya, tim pemenang perlu mempunyai rencana komunikasi politik untuk memberikan gambaran yang baik tentang kandidat tersebut. Rencana penyerangan tim pemenangan pemilihan calon legislatif yang berupaya mengalahkan sasaran-sasaran yang ditetapkan dalam pemilihan tersebut dikenal dengan strateginya. Dengan memberikan suara untuk kandidat yang mereka dukung, tim pemenang dalam hal ini mencapai tujuannya untuk mengumpulkan dukungan elektoral.

Dalam konteks pemilihan umum, strategi komunikasi politik dipahami sebagai proses komunikasi yang dilakukan untuk memenangkan suatu konflik politik. Partai politik, tim pemenangan dua kandidat, atau calon pemimpin daerah yang mencari kekuasaan dan pengaruh signifikan di masyarakat biasanya merupakan pihak yang mengembangkan dan melaksanakan kampanye komunikasi politik. Rakyat tidak akan bersimpati kepada calon pemimpin tanpa tim pemenangan dan taktik komunikasi politik yang efektif. Oleh karena itu, penelitian mengenai komunikasi politik penting tidak hanya untuk mencapai tujuan yang diharapkan namun juga untuk mengkaji interaksi dan perubahan dalam hubungan antara politik, media, warga negara, dan pemahaman, khususnya yang berkaitan dengan peran kampanye dalam menumbuhkan kepercayaan publik.

Desa Seumanah Jaya merupakan salah satu desa di kabupaten Aceh Timur, saat ini Seumanah Jaya tergolong maju menurut indeks desa membangun

⁵ Ihsanudin Hamid Robbany, “*Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif (Caleg) DPRD Semin Fraksi Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Dalam Pemenangan Pileg 2019 Provinsi Lampung*” (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2022), hal. 1.

dan tergolong berkembang menurut indeks pembangunan desa. Karena desa ini termasuk kawasan kabupaten, dalam hal ini desa juga ikut dalam kontentasi pemilihan umum dari Legislatif maupun Eksekutif, pada desa ini terdapat 6 (enam) calon Dewan Perwakilan Rakyat untuk dapil di legislatif Aceh Timur. Untuk mendapatkan suara atau dukungan demi perolehan kemenangan kandidat, maka di butuhkan tim pemenangan guna untuk melakukan kampanye politik dan menyalurkan program yang dibentuk oleh kandidat legislatif dan untuk meyakinkan khalayak agar memihak kepada kandidat yang tim sukses tujuan. Maka, demi mencapai hal tersebut dibutuhkan strategi komunikasi politik dan peran aktif dari tim pemenangan untuk mempersiapkan kebutuhan dalam kampanye politik.

Kampanye politik dari tim pemenangan calon legislatif di desa Seumanah Jaya yang peneliti lakukan observasi awal di lokasi penelitian dengan cara interaksi antar tim pemenangan yang diungkapkan bahwa kampanye politik sering menghadapi masalah strategi, mulai dari persiapan, mempromosikan tim pemenangan, dan mendorong sikap politik masyarakat. Hal ini berasal dari sumber internal dan eksternal selama kampanye politik. Salah satu problem yang timbul menerapkan pendekatan ini adalah konflik yang terjadi selama masa pemilihan antara pendukung dari berbagai calon legislatif.

Penerapan Strategi komunikasi politik diharapkan dapat memberikan upaya tim pemenangan dalam pemilihan calon legislatif yang bertujuan untuk menarik simpati para pemilih. Hal ini dilakukan untuk membantu memenangkan perolehan suara dalam pemilihan calon kandidat yang akan dituju, Selain itu, tim pemenangan, yang secara langsung bertanggung jawab atas

kampanye dan komunikasi politik, berpartisipasi dalam pemilihan ini. Tim ini memperkenalkan hingga pemilihan.

Berdasarkan ragam masalah yang diuraikan diatas, penelitian ini sangat penting dilakukan dan menarik perhatian peneliti untuk menulis kajian yang berjudul” *Strategi Komunikasi Politik Tim Pemenangan Calon Pemilihan Legislatif Tahun 2024 Dari Desa Seumanah Jaya*”

B. Identifikasi Masalah

Sebagaimana yang telah dipaparkan pada latar belakang masalah, sehingga bisa disimpulkan terdapat permasalahan yang terjadi, sebagai berikut;

1. Strategi komunikasi politik yang digunakan oleh tim pemenangan pada pemilihan umum calon legislatif 2024
2. Pelaksanaan kampanye politik oleh tim pemenangan masih terdapat kendala dari internal dan eksternal

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan uraian pada latar belakang yang berisi permasalahan terkait strategi komunikasi politik, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Komunikasi Politik Tim Pemenangan Calon Legislatif Tahun 2024 dari Desa Seumanah Jaya ?
2. Apa Hambatan yang di Hadapi oleh Tim Pemenangan Calon Legislatif Tahun 2024 dari Desa Seumanah Jaya?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti sebagai berikut

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi politik tim pemenangan Calon Legislatif Tahun 2024 dari Desa Seumanah Jaya
2. Untuk mengetahui hambatan yang di hadapi oleh tim pemenangan Calon Legislatif Tahun 2024 dari Desa Seumanah Jaya

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dilakukan oleh peneliti secara teoritis dan secara praktis:

1. Manfaat secara teoritis

Dengan adanya penelitian tentang strategi komunikasi politik dapat memberikan manfaat bagi khalayak untuk memahami teori dalam proses pencapaian suatu tujuan dan kepentingan publik

2. Manfaat secara praktis

- a. Penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bersama dalam memahami konteks strategi yang dibutuhkan dalam penyampaian pesan melalui komunikasi politik
- b. Memberi pemahaman mengenai konsep-konsep dari komunikasi politik dengan mengandalkan proses pencapaian tujuan.

F. Penjelasan Istilah

1. Strategi Komunikasi Politik

Strategi dari kata Yunani *strategos* adalah asal mula istilah "strategi". Kata Yunani *strategos* berarti "Jendral" pada era demokrasi

Athena. Strategi merupakan pendekatan komprehensif untuk menerapkan konsep ke dalam praktik, mengatur, dan melaksanakan tugas dalam jangka waktu tertentu. Strategi yang baik mencakup koordinasi tim kerja, tema yang jelas, identifikasi elemen pendukung yang selaras dengan prinsip penerapan konsep rasional, pendanaan yang efisien, dan strategi pencapaian tujuan yang berhasil.⁶

2. Tim Pemenangan

Tim pemenangan adalah sekelompok orang yang dibentuk untuk mendukung dan mengorganisasi upaya dalam memenangkan suatu calon atau partai politik dalam pemilihan umum atau kontes politik lainnya. Tim ini biasanya bertanggung jawab untuk merencanakan dan melaksanakan strategi kampanye, mengorganisir kegiatan, serta menjalin komunikasi dengan pemilih untuk meningkatkan dukungan bagi calon yang diusung.⁷

3. Pemilihan Umum

Pemilihan umum (pemilu) adalah suatu proses demokratis di mana warga negara memiliki hak untuk memilih pemimpin atau perwakilan mereka dalam lembaga legislatif, eksekutif, atau lembaga pemerintahan lainnya. Pemilu biasanya diadakan secara berkala dan merupakan salah satu cara untuk mengekspresikan suara rakyat dalam sistem pemerintahan.⁸

⁶ Wikipedia, "Strategi" dalam <http://id.wikipedia.org/wiki/Strategi>, (diakses pada 10 Januari 2024)

⁷ Hafied Cangara. *Komunikasi Politik: Konsep Teori dan Strategi*. (Jakarta: Rajawali Press, 2011), hal. 226

⁸ Wikipediawan, "Pemilihan Umum" dalam https://id.wikipedia.org/wiki/Pemilihan_umum

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum dan Subjek Penelitian

1. Profil Desa Seumanah Jaya

Gampong Seumanah Jaya terdiri dari 6 dusun yaitu dusun Krueng Tuan, dusun Blang Gadeng, dusun Lubuk Bayah, dusun Lapangan Heli, dusun Alue Canang dan dusun Seumedang Jaya. Luas desa Seumanah Jaya adalah 30.815,5 Ha, Desa Seumanah Jaya sudah mengalami 4 kali pergantian Keuchik, pusat pemerintahan gampong Seumanah Jaya berada di dusun Krueng Tuan, yang terpaut hanya 15 km dari pusat pemerintahan kecamatan. Gampong Seumanah Jaya berada di pinggiran jalan Peunaron, jika kita lihat gampong Seumanah Jaya ini didominasi dengan persawahan dan perkebunan (sawit), sebagian besar penduduk gampong Seurnanah Jaya bekerja sebagai petani yang turun kesawah pada saat musim tanam tiba, dulu masyarakat gampong Seumanah Jayah anya bisa melakukan sekali tanam dalam setahun tetapi sekarang masyarakat sudah dapat melakukan tanam padi dua kali dalam setahun, tetapi tidak sedikit pula masyarakat gampong Seumanah Jaya yang kerja sebagai buruh di perkebunan yang berada tidak jauh dari gampong Seumanah Jaya.

2. Kondisi Umum Gampong

Letak gampong Seurnanah Jaya adalah dipinggiran jalan Peunaron, untuk sampai kedesa Seumanah Jaya kita harus melalui beberapa desa yaitu: desa Paya unoe, Seuneubok baroh, Blang barom, Paste puteh, Bhom lama, Tampak,

Kliet, dan Beurandang. Gampong Seumanah Jaya berada di pemukiman Nurul a'la Kecamatan Ranto Peureulak Kabupaten Aceh Timur. Jarak dengan pusat kecamatan adalah 15 km dengan waktu 0,5 jam dengan kendaraan bennotor dan 2,5 Jam dengan berjalan kaki, jumlah penduduk Gampong Seumanah Jaya saat ini 4755 jiwa terdiri dari 2951 laki-laki dan 1804 perempuan dengan luas wilayah 30.815,5 Ha, yang terdiri dari luas Tanah Kering : pemukiman 155 Ha, tegal/ladang 1544 Ha, pekarangan 310 Ha, luas persawahan 780 Ha, luas perkebunan 23186,5 Ha, Fasilitas umum luas danjalan 65 Ha, Hutan Luas 4800 Ha.

B. Strategi Komunikasi Politik Tim Pemenangan pemilihan Calon Legislatif Tahun 2024 dari Desa Seumanah Jaya

Strategi komunikasi politik merupakan salah satu taktik yang sangat penting untuk memenangkan pemilu. Efektivitas suatu rencana komunikasi politik sangat mempengaruhi pelaksanaan pendekatan pasangan calon. Segala upaya untuk mengambil suatu tindakan yang akan dijalankan atau dilakukan demi mencapai suatu tujuan yang ingin dituju di masa depan, khususnya pemilu dan pemilu daerah dianggap sebagai strategi komunikasi politik. Komunikator politik dapat memperoleh manfaat besar dari penggunaan taktik komunikasi politik untuk memperkuat institusi politik baik di dalam maupun di luar organisasi, serta untuk memupuk persatuan, pengembangan karakter, dan kerja sama tim.

Dari hasil wawancara peneliti dengan ketua harian tim pemenangan calon legislatif (caleg) dari partai nasdem beliau mengatakan :

“Pendekatan yang kami lakukan lebih berpusat pada metode yang dapat memfasilitasi kemampuan masyarakat dalam mengidentifikasi calon anggota

dewan di masa depan. Strateginya adalah membangun kepercayaan antara tim sukses dan masyarakat luas, meningkatkan komunikasi politik antara tim dan masyarakat, dan tidak meremehkan lawan ketika mempromosikan atau menjual kandidat. Faktor yang paling krusial adalah kandidat tersebut secara konsisten menunjukkan inisiatif dan terlibat dalam pembangunan komunitas di pedesaan atau lokasi terpencil untuk mendukung calon legislatif Partai Nasdem”.⁷⁰

Berdasarkan hasil wawancara, dapat dikatakan bahwa strategi yang digunakan di lapangan sesuai dengan teori, yakni strategi komunikasi politik merupakan suatu teknik yang digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Teknik komunikasi politik ini sangat penting untuk memenangkan kampanye dalam skenario pemilu. Selain mempunyai kedudukan sebagai calon, calon tersebut juga perlu mempunyai rencana komunikasi politik yang dilaksanakan sesuai dengan lokasi dan keadaan. Calon legislatif yang diusung dari Partai Nasdem mencalonkan diri untuk masa jabatan 2024-2029 pada pemilu legislatif tingkat kabupaten atau kota. Komunitas menyatakan simpati kepada caleg ini dalam pengajuan ini, karena metode atau strategi yang sangat baik dirancang oleh kemitraan yang sukses, serta visi dan misi mereka disusun dengan baik.

Segmentasi pemilih dan program pemasaran adalah dua pola dalam strategi politik, menurut teori. Penelusuran penulis mengungkap Tim Sukses caleg Partai Nasdem telah menggunakan strategi politik berbasis teori. Pemaparan perbaikan visi, misi, dan rencana program calon untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap calon pemimpin pemenang pemilu, dimulai dari calon Partai Nasdem yang diangkat dari tingkat desa di Seumanah Jaya dan mencakup seluruh lapisan masyarakat, mulai dari pemilih muda hingga lanjut usia. Namun, para

⁷⁰ Hasil wawancara dengan Alamsyah, ketua harian tim pemenangan Calon Legislatif Partai Nasdem, pada tanggal 4 juni 2024

pemilih lama dan baru memberikan pernyataan yang bertolak belakang. Setelah melakukan kajian lebih lanjut, penulis menemukan bahwa kesalahan persepsi masyarakat terhadap caleg ini disebabkan oleh masyarakat awam yang tidak mengetahui strategi politik atau ide strategis yang diusung caleg tersebut, bukan karena tidak adanya tim sukses yang aktif. Karena keterlibatan masyarakat yang pasif, meskipun pola strateginya sudah sesuai dengan teori, masih ada sebagian masyarakat yang belum memahaminya.

Adapun hasil wawancara dengan tim bagian kampanye calegt partai nasdem sebagai berikut:

“Pendekatan yang diterapkan melibatkan interaksi dengan masyarakat, menjadikan mereka seperti keluarga, agar hubungan yang terjalin menjadi lebih mudah dan akrab.⁷¹

Dapat disimpulkan bahwa Strategi yang diterapkan dalam membangun hubungan dengan masyarakat adalah melalui pendekatan yang mengedepankan rasa kekeluargaan, sehingga memudahkan terjalinnya interaksi yang akrab dan efektif..

Terdapat beberapa strategi komunikasi politik diantaranya:

1. Retorika

Ritorika adalah seni atau teknik berbicara dan berkomunikasi yang efektif, biasanya digunakan untuk membujuk, meyakinkan, atau memengaruhi pendengar. Dalam konteks akademis, retorika mencakup berbagai strategi komunikasi yang dapat diterapkan dalam berbicara publik, penulisan, dan penyampaian argumen,

⁷¹ Hasil wawancara dengan Khairil Yusara, bidang kampanye tim pemenangan Calon Legislatif Partai Nasdem, pada tanggal 6 juni 2024

ini sering digunakan sebagai alat komunikasi politik, misalnya saat menyampaikan pidato kepada audiens.

Adapun wawancara dengan ketua tim harian pemenangan caleg partai nasdem, beliau menyatakan bahwa :

“Kita berkomunikasi dalam masyarakat dengan menggunakan bahasa yang sopan baik didesa maupun ditempat kampanye perkotaan. Saat kampanye, kami juga mengatakan hal-hal seperti, "Jika Anda percaya pada kami, maka pilihlah; Insya Allah kami akan membawa perubahan dan menyelesaikan aspirasi." Bahasa yang kami gunakan adalah cerminan komunitas kami; Jadi, kalau mau DPRK Aceh Timur, pilihlah putra daerah. Di sini, kami menggunakan kata-kata yang lebih bijaksana dalam upaya merebut simpati masyarakat”.⁷²

Dapat diambil kesimpulan bahwa ringkasnya, monologika menggunakan retorika dalam dua cara: pertama, melalui pidato yang disampaikan pada saat kampanye; dan kedua, melalui dialog dengan penduduk setempat di daerah terpencil, di mana mereka diberitahu, "Jika Anda percaya pada kami, maka pilihlah; Insya Allah kami akan membawa perubahan dan menyelesaikan aspirasi masyarakat." Tujuannya adalah untuk mempengaruhi penonton dengan berbicara sopan, mengenal penduduk setempat, dan berupaya memahami keadaan mereka.

Pandangan yang sama juga disampaikan oleh masyarakat lanjut usia, di mana beliau menyatakan:

“Saya melihat bahwa tim sukses dan calon legislatif ini menggunakan bahasa sehari-hari dalam menyampaikan pesan, yang disesuaikan dengan kondisi kami dan memiliki logat khas daerah setempat.”⁷³

Dapat disimpulkan bahwa tim sukses dan calon legislatif berhasil menyampaikan pesan dengan cara yang mudah dipahami oleh masyarakat.

⁷² Hasil wawancara dengan Alamsyah, ketua harian tim pemenangan Calon Legislatif Partai Nasdem, pada tanggal 4 juni 2024

⁷³ Hasil wawancara dengan Idris Gading, pemilih lanjut usia, pada tanggal 8 juni 2024

Dengan menggunakan bahasa sehari-hari dan logat khas daerah, mereka mampu membangun kedekatan dan koneksi yang lebih baik dengan pemilih, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan lebih efektif.

Pernyataan serupa juga diungkapkan oleh pemilih pemula, sebagai berikut:

“Tim sukses ini tidak hanya berkomunikasi dengan kami dalam bahasa yang mudah dipahami, tetapi mereka juga memiliki logat yang unik. Saya dapat melihat bahwa dia dengan tulus menghormati semua orang yang bertemu dengannya. Hasilnya, orang-orang merasa lebih nyaman berbagi ide dengan tim”.⁷⁴

Berdasarkan data wawancara, penulis sampai pada kesimpulan bahwa tim sukses mampu merebut hati masyarakat dengan bahasa yang persuasif dan kesopanan sehingga membuat mereka bersemangat untuk mengikuti pemilu legislator.

2. Agitasi Politik

Agitasi politik adalah gerakan, dan gerakan diartikan sebagai upaya membujuk seseorang untuk melakukan tindakan politik dengan menulis atau berbicara untuk membangkitkan emosinya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua tim harian pemenangan calon legislatif partai nasdem, beliau mengatakan bahwa:

“Daripada memilih politisi yang tidak kita kenal, kita sebaiknya memilih anggota dewan (calon legislatif) yang merupakan warga lokal dan memiliki pengetahuan tentang kondisi dan budaya masyarakat kita. Tentu saja, individu yang kami pilih tidaklah acak; jelas bahwa mereka yang ingin memperbaiki keadaan kita selanjutnya. Kami telah mengamati bukti bahwa beberapa calon di daerah kami, pada kenyataannya, sedang menunjukkan kearah yang lebih maju. Strategi komunikasi yang kami lakukan antara lain memahami kondisi masyarakat secara santun, memahami ide-ide baru berupa visi dan misi, mengkomunikasikan amanah

⁷⁴ Hasil wawancara dengan Bela Amelia, pemilih lanjut usia, pada tanggal 10 juni 2024

kepada masyarakat dengan bahasa yang lugas, menambahkan media pendukung seperti spanduk, dan lain-lain.”⁷⁵

Dari data wawancara dapat menyimpulkan bahwa agitasi politik adalah taktik yang digunakan dalam pendekatan ini. Sebagai hasil dari pendekatan mereka yang berpusat pada masyarakat, Timses menyuarkan untuk memilih calon anggota parlemen dari Partai Nasdem; yang bertujuan untuk membawa perubahan demi kemajuan Aceh Timur yang lebih baik. Pergeseran filosofi politik dari masa lalu dan tujuan untuk mengumpulkan putra lokal sebagai kader partai yang siap menciptakan kesejahteraan bersama.

Pernyataan serupa disampaikan oleh pemilih pemula, yang menyatakan bahwa:

“Pemasangan spanduk di setiap ujung jalan menunjukkan bahwa tim sukses telah melaksanakan perannya sebagai bentuk kampanye politik”⁷⁶

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh pemilih usia lanjut, yaitu. :

“Kita dapat mengamati bahwa tim sukses ini menawarkan ide-ide segar kepada kami untuk membangun Aceh Timur yang lebih hebat dan sejahtera. Selain itu, antusiasme tim sukses dalam mempromosikan calon legislatif ini terlihat jelas, terutama melalui pemasangan spanduk di setiap ruas jalan.”⁷⁷

Dapat disimpulkan tim sukses berhasil memperkenalkan gagasan inovatif untuk pembangunan Aceh Timur yang lebih maju dan sejahtera. Antusiasme mereka dalam mempromosikan calon legislatif terlihat dari pemasangan spanduk di berbagai lokasi, menunjukkan komitmen dan dedikasi mereka terhadap kampanye.

⁷⁵ Hasil wawancara dengan Alamsyah, ketua harian tim pemenang Calon Legislatif Partai Nasdem, pada tanggal 4 juni 2024

⁷⁶ Hasil wawancara dengan Riski Wahyudi, pemilih lanjut usia, pada tanggal 9 juni 2024

⁷⁷ Hasil wawancara dengan Abdullah Kaoui, pemilih lanjut usia, pada tanggal 8 juni 2024

3. Propaganda

Propaganda adalah suatu bentuk komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi opini publik, perilaku, atau sikap individu atau kelompok terhadap suatu isu, ide, atau produk.

Berdasarkan wawancara dengan ketua tim harian pemenangan caleg partai nasdem, beliau mengatakan:

“Kami menyarankan penduduk setempat untuk mendukung calon anggota parlemen kami sendiri, yaitu dari Nasdem, jika mereka menginginkan DPRK Aceh Timur yang akan menyelasikan aspirasi. Selain itu, dalam rangka berbagi ilmu dan mendiskusikan alternatif taktik, tim sukses kami bertemu dengan tim calon legislatif dari desa lain yang tergabung dalam Partai Nasdem”.⁷⁸

Jelas dari sini bahwa ini merupakan perbandingan antara propaganda positif dan negatif, dan propaganda negatif lebih terfokus pada upaya membina persatuan dan reputasi positif dalam masyarakat. Hal ini merupakan strategi yang dilakukan untuk mengusung calon legislatif daerah yang layak dipilih guna menumbuhkan kesejahteraan daerah dan mempertemukan masyarakat untuk meraih kemenangan dari calon anggota dewan dari Partai Nasdem

Berdasarkan wawancara dengan tim bidang kampanye pemenangan caleg partai nasdem,:

“Kami berusaha mempengaruhi masyarakat dengan mengedepankan reputasi baik putra daerah.”⁷⁹

⁷⁸ Hasil wawancara dengan Alamsyah, ketua harian tim pemenangan Calon Legislatif Partai Nasdem, pada tanggal 4 juni 2024

⁷⁹ Hasil wawancara dengan Khairil Yusara, bidang kampanye tim pemenangan Calon Legislatif Partai Nasdem, pada tanggal 6 juni 2024

Berdasarkan temuan penelitian, penulis menyimpulkan bahwa tim pemenangan berhasil mempengaruhi masyarakat dengan menghadirkan putra daerah sebagai calon yang layak mencalonkan diri sebagai anggota dewan di masa depan.

4. Public Relations Politics

Public Relation Politics (PR Politik) merupakan praktik yang bertujuan untuk membangun dan memelihara citra positif serta hubungan baik antara individu, kelompok, atau organisasi politik dengan publik. Ini melibatkan komunikasi strategis, pengelolaan informasi, dan interaksi dengan media untuk mempengaruhi opini publik, membangun dukungan, dan menjawab kebutuhan atau kekhawatiran masyarakat.

Adapun hasil wawancara dengan ketua tim pemenangan harian:

“Kami dari timses akan rela mengulangi suatu rencana lagi dan lagi hingga masyarakat benar-benar memahami apa yang ingin kami sampaikan, jika ada yang kurang memahami isinya. Calon legislatif kemudian mengunjungi desa-desa tersebut dan sering menyapa dan berbicara dengan penduduk setempat, mengundang mereka untuk berpartisipasi dalam diskusi masyarakat”⁸⁰

Dari hasil wawancara singkatnya, politik humas menumbuhkan afinitas di antara semua lapisan masyarakat. Selain itu, masyarakat juga memandang calon legislatif kita mudah didekati dan terbuka menerima masukan. Hasilnya, calon anggota parlemen Partai Nasdem lebih mudah diakses oleh konstituennya.

Hal berbeda dikatakan oleh masyarakat lanjut usia, beliau mengatakan bahwa:

⁸⁰ Hasil wawancara dengan Alamsyah, ketua harian tim pemenangan Calon Legislatif Partai Nasdem, pada tanggal 4 juni 2024

“Menurut yang saya alami pribadi strategi timses tidak berdampak pada seluruh lapisan masyarakat. Saya masih tugas disekolah ketika tim mengunjungi komunitas kami beberapa waktu lalu, jadi kami tidak dapat mengenal satu sama lain dan mendiskusikan kampanye tersebut”.⁸¹

Dari hasil wawancara penulis dapat menyimpulkan bahwa meskipun sebagian orang menginginkan komunikasi langsung dengan timnya, mereka tidak dapat menjamin bahwa humas akan mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat.

5. Kampanye Politik

Kampanye politik merupakan serangkaian aktivitas yang terencana dan sistematis yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk mempromosikan calon, partai politik, atau ideologi tertentu. Tujuan dari kampanye politik adalah untuk mempengaruhi opini publik, mendapatkan dukungan, serta meningkatkan partisipasi pemilih dalam pemilihan umum. Kampanye dapat dilakukan melalui berbagai cara, termasuk iklan, pertemuan publik, media sosial, dan aktivitas langsung di masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua tim harian pemenangan caleg partai nasdem, beliau mengatakan:

“Kami bertanya kepada masyarakat selama kampanye “apakah ingin berubah atau tidak,” dan mereka menjawab “ya.” Untuk itu, kami memilih calon dari Partai Nasdem untuk menjadi anggota dewan. Dengan memenuhi kebutuhan kampanye dan membangun reputasi politik yang positif di masyarakat, kami dari timses terus mendorong generasi muda dan masyarakat umum untuk mempercayai calon legislatif kita dan mengizinkan mereka mengunjungi lokasi kampanye”.⁸²

⁸¹ Hasil wawancara dengan Abdullah Kaoui, pemilih lanjut usia, pada tanggal 8 juni 2024

⁸² Hasil wawancara dengan Alamsyah, ketua harian tim pemenangan Calon Legislatif Partai Nasdem, pada tanggal 4 juni 2024

Berdasarkan temuan penelitian, penulis menyimpulkan bahwa kampanye politik menghadirkan citra positif di mata masyarakat sehingga menggugah minat untuk memilih kandidat yang akan dicalonkan oleh tim sukses. Penulis juga mengajak masyarakat untuk benar-benar membujuk mereka untuk memilih calon anggota dewan yang akan menjabat selama lima tahun.

Hal serupa disampaikan oleh salah satu pemilih pemula yaitu:

“Kami ketika ingin mendatangi lokasi kampanye berbondong-bondong untuk menuju kelapangan tempat acara kampanye dari partai nasdem, kami senang karena bagi kami anak muda selain kampanye juga ada pertunjukan yang dipersiapkan oleh timses dan sekaligus mengajak kepada masyarakat apa ingin berubah atau tidak, kalau berubah maka pilihlah caleg partai nasdem”.⁸³

Hal serupa juga disampaikan oleh pemilih usia lanjut, yaitu :

“Tim pemenangan menyediakan fasilitas untuk nyaman pada saat berlangsung kampanye didesa kami, oleh sebab itu kami mengajak masyarakat supaya melihat sosok caleg ini layak dijadikan untuk menampung aspirasi masyarakat aceh timur terutama di desa kami”.⁸⁴

Dari hasil wawancara diatas, penulis menarik kesimpulan bahwa kampanye politik yang dilakukan oleh tim sukses ini dengan mengajak dan bersama-sama untuk mendukung calon legislatif untuk menjadi anggota dewan pada periode selanjutnya.

6. Lobi Politik

Lobi politik adalah hasil dari kepribadian seorang politisi, yang mempunyai pengaruh besar pada hal-hal seperti kompetensi, keterampilan memecahkan masalah, dan otoritas.

⁸³ Hasil wawancara dengan Riski Wahyudi, pemilih lanjut usia, pada tanggal 9 juni 2024

⁸⁴ Hasil wawancara dengan Idris Gading, pemilih lanjut usia, pada tanggal 8 juni 2024

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua tim harian pemenangan caleg partai nasdem, beliau mengatakan :

“Kami melakukan pendekatan kepada tokoh masyarakat yang berpengaruh di daerah tersebut, seperti pengusaha, pemuda, dan wartawan, agar mereka dapat menyampaikan visi dan misi yang kami sampaikan kepada masyarakat. Selain itu, kami juga menghubungi anggota DPR-RI dari fraksi Partai NasDem agar dapat hadir pada acara yang kami selenggarakan di lokasi yang telah ditentukan. Kehadiran mereka sekaligus mempromosikan calon ini kepada masyarakat, dengan menyampaikan bahwa calon tersebut sangat layak untuk menjadi anggota Dewan Perwakilan Rakyat kabupaten/kota. Pengalaman calon dalam menampung dan menindaklanjuti aspirasi masyarakat sudah sangat terbukti, dan masyarakat juga sudah mengenal baik sosok calon ini sebagai pemimpin yang memiliki potensi besar bagi masa depan Aceh Timur.”⁸⁵

strategi yang digunakan oleh tim pemenang calon legislatif Partai NasDem adalah dengan melibatkan tokoh-tokoh masyarakat yang berpengaruh untuk menyampaikan visi dan misi kepada masyarakat secara langsung. Selain itu, kehadiran anggota DPR-RI dari fraksi yang sama turut memperkuat promosi calon di tingkat lokal. Pendekatan ini bertujuan untuk memperkuat citra calon sebagai figur yang berpengalaman dan mampu menampung serta menindaklanjuti aspirasi masyarakat, sehingga diharapkan mendapat dukungan luas dari masyarakat Aceh Timur.

Berdasarkan temuan penelitian, penulis menyimpulkan bahwa mengkomunikasikan visi dan misi pasangan tersebut kepada anggota masyarakat yang berpengaruh, seperti pengusaha, generasi muda, dan jurnalis, lebih mudah dilakukan, serta melobi anggota DPR-RI untuk memberikan dukungan kepada caleg. Dalam hal lobi politik, latar belakang kandidat ini mempunyai pengaruh

⁸⁵ Hasil wawancara dengan Alamsyah, ketua harian tim pemenangan Calon Legislatif Partai Nasdem, pada tanggal 4 juni 2024

yang signifikan terhadap masyarakat, sehingga mereka tahu siapa yang pada akhirnya akan menjadi pilihan mereka sebagai kandidat dewan.

Hal yang sama dikatakan oleh lanjut usia, beliau mengatakan:

“ Dari yang saya amati, Untuk memenangkan calon legislatif dari Partai Nasdem bersama-sama, para pengusaha dan jurnalis diundang dalam acara yang diselenggarakan oleh tim sukses yang berlangsung di sebuah desa. Anggota Fraksi Partai Nasdem DPR-RI pun turut hadir dalam acara kampanye tersebut. Di sini, terlihat bahwa kader-kader Partai Nasdem berkompeten atau layak mendapatkan kursi di DPRD Aceh Timur dan para calon anggota legislatif dari partai tersebut telah memberikan kontribusi signifikan terhadap legislatif daerah dan nasional”.⁸⁶

Dari data wawancara jelas bahwa masyarakat telah membangun gambaran mental lobi politik di mana tim pemenang akan meyakinkan tokoh-tokoh lokal yang berkuasa di suatu desa untuk menjamin bahwa calon legislatif Nasdem layak mendapat kursi di dewan pada masa jabatan mendatang. Dengan memberikan informasi mengenai latar belakang kepemimpinan dan reputasi calon legislatif Partai Nasdem, mengundang anggota DPR-RI dalam kegiatan kampanye politik dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap mereka.

Hal senada juga disampaikan oleh pemilih pemula, yaitu :

“Kehadiran anggota DPR-RI pada acara kampanye tim sukses calon anggota DPRD Aceh Timur sangat diapresiasi. Hasilnya sudah kita dengar, dan kita bisa melihat sendiri bahwa pengalaman kader partai akan meyakinkan kita untuk memilih di tingkat kabupaten”.⁸⁷

Jelas bahwa lobi politik yang dilakukan tim sukses, termasuk menghadirkan tokoh-tokoh Partai Nasdem ke acara tersebut, membantu

⁸⁶ Hasil wawancara dengan Abdullah Kaoui, pemilih lanjut usia, pada tanggal 8 juni 2024

⁸⁷ Hasil wawancara dengan Bela Amelia, pemilih lanjut usia, pada tanggal 10 juni 2024

menciptakan suasana yang lebih dinamis dengan membiarkan masyarakat melihat langsung orang-orang tersebut.

7. Media Massa

Dalam menyampaikan pesan-pesan politik, media massa adalah alat untuk mendapatkan otoritas, mempengaruhi opini publik, dan meningkatkan citra politik seseorang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua tim harian pemenangan calon legislatif, beliau mengatakan:

“Kami mempromosikan kandidat ini di sejumlah platform media sosial, termasuk Facebook, Instagram, dan YouTube, dengan menulis bahwa pasangan ini berjuang membangun Aceh Timur yang hebat dan memperkenalkan Ketua DPW Partai Nasdem dalam pidatonya. Kami juga memastikan membuat logo tentang caleg untuk digunakan di media, beserta misi dan tujuan mereka. Tujuan dari pembuatan logo, spanduk, dan media massa lainnya adalah untuk mempercepat asimilasi masyarakat terhadap identitas calon. Dengan cara ini, kita dapat dengan cepat menarik minat masyarakat”⁸⁸.

Dapat diambil kesimpulan bahwa strategi yang digunakan adalah media massa sebagai alat bantu untuk mempromosikan kader ini yang akan menjabat. Di era globalisasi percepatan pertumbuhan informasi membuat ranah perpolitikan sangat efisien dan berpengaruh terhadap penggunaan media sosial.

C. Hambatan yang di Hadapi oleh Tim Pemenangan Pemilihan Calon Legislatif Tahun 2024 dari Desa Seumanah Jaya

⁸⁸ Hasil wawancara dengan Alamsyah, ketua harian tim pemenangan Calon Legislatif Partai Nasdem, pada tanggal 4 juni 2024

Terdapat empat kendala dalam pelaksanaan strategi komunikasi politik, yaitu: (a) kendala dalam proses penyampaian, (b) kendala semantik, (c) kendala distorsi persepsi.

a. Hambatan dalam Proses Penyampaian

Kendala dalam proses penyampaian ini meliputi kesulitan dalam menyampaikan pesan, ketidakpahaman terhadap materi pesan, serta kurangnya keterampilan menjadi komunikator yang efektif.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua tim harian pemenangan calon legislatif dari partai nasdem, beliau mengatakan:

“Saat kami menyampaikan visi dan misi, terdapat sedikit kendala, yaitu kurangnya pemahaman terhadap materi yang disampaikan, sehingga menyebabkan kesulitan dalam menyampaikan pesan tersebut.”⁸⁹

Hal senada juga disampaikan oleh tim bagian kampanye pemenangan calon legislatif, beliau mengatakan bahwa:

“Dalam menyampaikan visi dan misi, kami menghadapi sedikit kendala, yaitu kurangnya pemahaman terhadap isi yang disampaikan.”⁹⁰

Dalam proses penyampaian visi dan misi, penting bagi tim untuk memiliki pemahaman yang mendalam terhadap materi yang disampaikan. Kurangnya pemahaman dapat menjadi kendala dalam menyampaikan pesan dengan jelas dan efektif kepada masyarakat. Oleh karena itu, peningkatan kompetensi dalam

⁸⁹ Hasil wawancara dengan Alamsyah, ketua harian tim pemenangan Calon Legislatif Partai Nasdem, pada tanggal 4 juni 2024

⁹⁰ Hasil wawancara dengan Khairil Yusara, bidang kampanye tim pemenangan Calon Legislatif Partai Nasdem, pada tanggal 6 juni 2024

memahami dan menyampaikan isi pesan sangat diperlukan untuk mencapai komunikasi politik yang sukses.

b. Hambatan Semantik

Hambatan Semantik merupakan hambatan yang terjadi karena perbedaan interpretasi atau pemahaman terhadap kata-kata, simbol, atau istilah yang digunakan dalam komunikasi. Perbedaan latar belakang, budaya, atau pendidikan bisa menyebabkan audiens memahami pesan secara berbeda dari yang dimaksud oleh komunikator, sehingga pesan tidak tersampaikan dengan tepat.

Hasil wawancara dengan ketua tim harian pemenangan pasangan caleg partai nasdem, beliau mengatakan :

“Hambatan yang dihadapi tim ini adalah adanya perbedaan pendapat, baik di dalam internal tim maupun dengan masyarakat. Namun, hal tersebut tidak menjadi masalah yang signifikan karena setiap permasalahan selalu diupayakan untuk diatasi dengan berbagai strategi yang efektif.”⁹¹

Dapat disimpulkan bahwa meskipun tim pemenangan menghadapi tantangan berupa perbedaan pendapat baik di internal tim maupun dengan masyarakat, hambatan tersebut dapat diatasi dengan upaya bersama untuk menemukan solusi yang efektif. Ini menunjukkan bahwa koordinasi dan komunikasi yang baik sangat penting dalam mengatasi kendala dalam menjalankan strategi kampanye.

Selanjutnya, selain perbedaan pendapat, terdapat juga kendala lain yang diungkapkan dalam wawancara peneliti dengan tim kampanye pemenangan calon legislatif dari partai Nasdem, di mana beliau menyatakan bahwa:

⁹¹ Hasil wawancara dengan Alamsyah, ketua harian tim pemenangan Calon Legislatif Partai Nasdem, pada tanggal 4 juni 2024

“Permasalahan berita hoaks yang sengaja disebar oleh pihak lawan untuk merugikan calon legislatif ini menjadi tantangan tersendiri. Ditambah lagi, luasnya wilayah Aceh Timur menyulitkan koordinasi antar tim sukses dan pendukung, sehingga informasi terbaru sulit diakses oleh tim, baik dari daerah terpencil maupun kota.”⁹²

Hasil wawancara dengan pemilih usia lanjut menunjukkan bahwa beliau menyatakan bahwa:

“Timses sering menghadapi tantangan saat berinteraksi dengan masyarakat yang memiliki tingkat pendidikan dan pengetahuan yang rendah, dan hal ini sangat terasa selama proses pendekatan yang dilakukan.”⁹³

Dapat disimpulkan bahwa tim sukses menghadapi kesulitan dalam berkomunikasi dengan masyarakat yang memiliki latar belakang pendidikan dan pengetahuan yang terbatas, yang menghambat proses pendekatan dan penyampaian visi serta misi kepada mereka.

c. Distorsi Persepsi

Distorsi persepsi merujuk pada situasi di mana informasi yang diterima oleh individu atau kelompok tidak sesuai dengan maksud atau tujuan asli dari pengirim pesan.

Tim pemenangan calon legislatif dari Partai Nasdem mengakui bahwa mereka menghadapi kesulitan dalam menyampaikan visi dan misi serta program calon kepada pemilih pemula. Ini karena banyak pemilih pemula tidak memahami politik dan tidak terdidik dengan baik. Selain itu, figur pasangan kurang menarik perhatian di media sosial dibandingkan dengan pasangannya yang aktif dan memiliki puluhan ribu pengikut.

⁹² Hasil wawancara dengan Khairil Yusara, bidang kampanye tim pemenangan Calon Legislatif Partai Nasdem, pada tanggal 6 juni 2024

⁹³ Hasil wawancara dengan Idris Gading, pemilih lanjut usia, pada tanggal 8 juni 2024

Hal tersebut juga sama seperti pernyataan yang disampaikan oleh ketua harian pemenangan sebagai berikut:

“ kendala terhadap pemilih pemula dan lanjut usia sekarang ini muncul pada adanya propaganda dari pihak lain yang mampu mempengaruhi keputusan pada saat memilih, jadi menurut saya hal ini dapat membuat sempit pemikiran bagi pemilih dan bisa saja berbalik arah pilihannya ditambah dengan janji yang dapat menguntungkan pemilih.”⁹⁴

Dari kutipan hasil wawancara diatas dapat dipahami bahwa keadaan pada proses pemilihan calon anggota legislatif ini memiliki tantangan tersendiri, perbedaan sudut pandang pemilih dapat muncul dari berbagai segi yang selanjutnya berefek pada ketaralihan caleg yang awal dikehendaki, maka tidak menutup kemungkinan hambatan ini akan sangat berpengaruh pada perolehan suara yang tidak sewajarnya para timses harapkan.

D. Pembahasan

Dari penelitian yang dilakukan terhadap tim pemenangan calon legislatif partai nasdem pada masa kampanye Pemilihan umum tahun 2024, dapat dilihat dalam pendekatan-pendekatan strategi komunikasi politik yang berorientasi pada proses pemenangan calon pemilihan legislatif. Menurut keyakinan dan pandangan tim pemenangan, ini ditunjukkan dalam merancang dan menerapkan strategi kampanye calon legislatif tersebut. Peneliti juga menemukan dari wawancara bahwa tim pemenangan tidak melakukan penelitian pasar terlebih dahulu; sebaliknya, ide-ide tersebut berasal dari hasil konsep tingkat internal yang

⁹⁴ Hasil wawancara dengan Alamsyah, ketua harian tim pemenangan Calon Legislatif Partai Nasdem, pada tanggal 4 juni 2024

diyakini, dan kemudian dipromosikan kepada pemilih dengan harapan mereka menerima ide-ide tersebut.

Pada masa kampanye, tim pemenangan calon legislatif partai nasdem melakukan beberapa program inti kampanye yaitu dapat diklasifikasikan secara face to-face, kampanye melalui sosial media, dan kampanye langsung secara terbuka (kampanye akbar) dari ketiga hal ini telah mencakup strategi komunikasi politik yang diuraikan pada penjelasan sebelumnya. Kemudian pembentukan relawan yang tergabung untuk memberikan dukungannya kepada pasangan caleg dari partai nasdem tersebut didasari oleh keinginan masyarakat sendiri kemudian bekerja dibawah koordinasi oleh dari tim pemenangan dalam menyukseskan kemenangan calon legislatif tersebut.

Dari strategi komunikasi politik, peneliti mengkategorikan tujuh strategi untuk mengkampanyekan program calon legilatif dalam penerapan strategi kemenangan, yaitu; (1). Retorika, gaya bahasa yang digunakan oleh tim pemenangan pada masa kampanye dengan menerapkan pendekatan pidato dan dialog langsung sama pemilih pemula dan lanjut usia, dari keterangan data wawancara yang diberikan oleh masyarakat gaya bahasa baik, sopan dan dapat diterima oleh calon pemilih, (2). Agitasi Politik, aksi menggerak para pemilih untuk tetap memenangkan calon legislatif dari partai nasdem yang dilakukan oleh timses yang berfokus pada gagasan baru baik secara verbal dan nonverbal, (3). Propaganda, konteks propaganda dalam studi komunikasi politik sangat dibutuhkan untuk melakukan persuasif pada pemilih baik pemula maupun lanjut usia, suatu prpoganda yang terencana dengan baik akan mampu memberikan citra baik bagi caleg, tim pemenangan ini menghubungkan pengaruhnya dengan

menjelaskan kelebihan putra daerah sebagai caleg, (4). Public Relations Politics, tujuan utamanya adalah untuk membentuk hubungan saling percaya dan terbuka dengan masyarakat pada proses kampanye, maka dari tim pemenangan menjelaskan dari data wawancara akan menjelaskan sebaik mungkin dan mengulangnya apabila para audiens bertanya dalam forum itu, kemudian hal ini dibenarkan oleh informan pemilih walaupun ada beberapa yang tidak merasa terealisasi hubungannya, (5). Kampanye politik, tim pemenangan dari caleg nasdem melaksanakan kampanye dari dengan menerapkan pidato yang membujuk pemilih, (6). Lobi politik, tim pemenangan melakukan lobi dengan menghadirkan tokoh-tokoh penting agar mendapat perhatian dan keyakinan untuk dapat memilih caleg yang diusungkan, menghadirkan tokoh tersebut akan memberikan dampak baik pada proses kampanye yang dilakukan, (7). Media massa, Di era globalisasi percepatan pertumbuhan informasi membuat ranah perpolitikan sangat efisien dan berpengaruh terhadap penggunaan media sosial, tim pemenangan memanfaatkan media untuk mempromosikan calon legislatif secara luas.

Gangguan (noise) dalam konteks komunikasi merujuk pada segala bentuk interferensi atau hambatan yang menghalangi proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Gangguan ini dapat bersifat fisik, seperti suara bising atau gangguan teknis, atau bersifat psikologis, seperti prasangka, emosi, atau kepercayaan yang mempengaruhi cara seseorang menerima dan memahami pesan. Gangguan dapat menyebabkan kesalahpahaman, distorsi, atau bahkan

ketidakjelasan dalam komunikasi, sehingga mengurangi efektivitas pesan yang ingin disampaikan.⁹⁵

Saat menyampaikan komunikasi politik selama masa kampanye, seringkali terdapat tantangan dalam memberikan informasi mengenai program kerja serta visi dan misi pasangan calon. Tim pemenangan calon legislatif dari partai Nasdem juga mengalami sejumlah kesulitan di lapangan, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Kendala internal adalah hambatan pada proses penyampaian yaitu muncul pada saat menjelaskan materi kampanye yang ada beberapa anggota belum memahaminya sehingga terjadinya kekeliruan antara komunikator dan pemilih. Faktor semantik, yaitu tim pemenangan gagal berkolaborasi dan berkomunikasi dengan baik, yang menyebabkan relawan dan kepengurusan sering tidak saling berkomunikasi. Namun, hambatan dari sumber luar adalah distorsi persepsi, yang merupakan kekeliruan yang disebabkan oleh pemikiran yang terbatas dari pemilih lanjut usia dan pemula.. Perbedaan sudut pandang pemilih dapat muncul dari berbagai segi yang selanjutnya berefek pada ketaralihan caleg yang awal dikehendaki, maka tidak menutup kemungkinan hambatan ini akan sangat berpengaruh pada perolehan suara yang tidak sewajarnya para timses harapkan.

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian diatas, penulis melakukan interpretasi Teori Model Komunikasi yang dikemukakan oleh Harold Laswell yang menyatakan lima unsur komponen dalam model komunikasi sebagai berikut;

⁹⁵ Muhamad Mufid, *Komunikasi Regulasi dan Penyiaran*, (Jakarta: Kencana dan UIN Press. 2005), hal. 4

Pembicara, definisi pembicara dimaknai yang berkedudukan sebagai komunikator atau sumber informasi, bertugas untuk memulai komunikasi, baik secara individu, kelompok, maupun lembaga. Pembicara yang kaitan dengan penelitian adalah tim pemenangan, Adanya peran tim pemenangan dalam pelaksanaan pemilihan calon legislatif sangat dibutuhkan, peranan dalam penyampaian informasi terkait caleg harus tersampaikan dengan efektif yang mengacu pada tujuh komponen strategi komunikasi politik

Pesan, pesan atau sumber data yang dikampanyekan oleh tim pemenangan berupa informasi yang mudah dimengerti oleh pemilih yaitu terkait dengan pengenalan terhadap calon legislatif yang akan menampung dan menyelesaikan aspirasi dari masyarakat.

Media, yaitu alat yang digunakan untuk menyampaikan suatu informasi, kehadiran media dalam proses memperoleh informasi sangat diperlukan oleh pembuat pesan dan penerima pesan. Pada proses percepatan informasi di era ini penggunaan media sangat efisien dalam mencapai suatu tujuan, selanjutnya juga pada proses strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh tim pemenangan dengan mengaplikasikan media sosial dan alat peraga kampanye berupa spanduk.

Penerima, konsep penerima yaitu pihak yang mendapatkan pesan atau rangsangan yang dikirimkan oleh sumber. Keterikatan antara komunikator dan komunikan akan terjalin hubungan yang baik pada pelaksanaan kampanye, keadaan penerima pesan yang spesifik penulis maksud adalah pemilih pemula dan lanjut usia tentunya berbeda sudut pandang sehingga pasti terciptanya hambatan komunikasi politik yang dihadapi oleh tim pemenangan.

Pengaruh, konsep pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut mengikut watak atau kepercayaan seseorang. Dalam proses berlansungnya strategi komunikasi politik yang telah diterapkan tim pemenangan telah berjalan dengan baik, namun karena pelaksanaan dengan tim yang berbeda latar belakang pemahaman dari data yang disusun sehingga mengakibatkan adanya hambatan dari internal dan eksternal.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta analisis data pada bab-bab sebelumnya, maka penulis menarik beberapa kesimpulan tentang strategi komunikasi politik dan hambatan tim pemenangan calon pemilihan legislatif pada tahun 2024 dari Desa Seumanah Jaya yaitu;

1. Strategi komunikasi politik tim pemenangan calon pemilihan legislatif pada tahun 2024 dari desa seumanah jaya terdiri atas tujuh strategi komunikasi politik sebagai berikut; (a). Retorika, tim pemenangan telah menggunakan bahasa dan interaksi yang baik sama masyarakat, (b). Agitasi politik, proses menggerakkan argumen yang diberikan sama tim pemenangan kepada masyarakat sudah dijalankan dengan baik, (c). Propaganda, untuk mempengaruhi masyarakat tim pemenangan menggunakan propaganda dengan memperkenalkan putra daerah sebagai calon legislatif, (d). Public Relations Politics, tim pemenangan telah melakukan hubungan yang baik sama masyarakat pada saat kampanye, (e). Kampanye Politik, tim pemenangan telah menunjukkan proses kampanye berjalan dengan baik, (f). Lobi Politik, dalam proses ini tim pemenangan mengundang tokoh penting dari partai nasdem, (g). Media Massa, penggunaan media dalam pemenangan calon legislatif yang digunakan tim ini telah berjalan.

2. Hambatan yang dialami tim pemenangan calon legislatif dari partai nasdem di lapangan berupa hambatan dari proses penyampaian, hambatan ini

muncul dari internal atau dalam tim pemenangan itu sendiri yang ada beberapa materi yang belum semua anggota tim memahami. Faktor semantik, yaitu tim pemenangan gagal berkolaborasi dan berkomunikasi dengan baik, yang menyebabkan relawan dan kepengurusan sering tidak saling berkomunikasi. Namun, hambatan dari sumber luar adalah distorsi persepsi, yang merupakan kekeliruan yang disebabkan oleh pemikiran yang terbatas dari pemilih lanjut usia dan pemula. Hambatan komunikasi politik dari ketiga poin diatas sering terjadi pada proses komunikasi berlangsung secara internal maupun eksternal sehingga tim pemenangan pada pelaksanaan kampanye harus mampu memahami lingkungan interaksi agar pesan tersampaikan dengan efektif.

B. Saran

Adapun saran-saran yang diajukan peneliti berdasarkan penelitian ini adalah:

1. Pendekatan Edukasi yang Interaktif

Calon legislatif dan tim pemenangan sebaiknya menyelenggarakan sesi edukasi politik yang interaktif dan menarik bagi pemilih pemula. Misalnya, mengadakan diskusi atau workshop yang membahas pentingnya pemilu dan program-program yang ditawarkan, sehingga pemilih pemula merasa lebih terlibat.

2. Penggunaan Media Sosial yang Efektif

Tim pemenangan harus memanfaatkan media sosial dengan lebih agresif dan kreatif. Dengan mengadakan konten yang menarik dan mudah

dipahami, seperti video pendek atau infografis, tim dapat menarik perhatian pemilih pemula yang aktif di platform tersebut.

3. Membangun Relasi Melalui Komunitas

Menggalang dukungan dari komunitas lokal dan organisasi pemuda di setiap daerah dapat membantu dalam menjangkau pemilih pemula. Kolaborasi ini bisa menciptakan forum-forum diskusi yang memungkinkan calon legislatif untuk langsung berinteraksi dengan pemilih.

4. Peningkatan Keberadaan di Acara Komunitas

Calon legislatif sebaiknya lebih sering hadir dalam berbagai acara komunitas, seperti festival lokal atau kegiatan sosial. Hal ini dapat membantu membangun kepercayaan dan koneksi yang lebih dekat dengan pemilih, terutama pemilih pemula, serta menunjukkan komitmen mereka terhadap masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Achmadi, Cholid Narbuko, 2002. *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara)
- Aida Farichatul Laila dkk, 2021. *Taktik Komunikasi Politik Partai Nasdem Dalam Memenangkan Pemilu Legislatif 2019*, JCS: Journal of Communications Studies Vol. 1 No. 2
- Andi, Afri, 2021. *Strategi Komunikasi Politik PDI Perjuangan untuk memperoleh suara pada Pemilu Legislatif Kota Pekanbaru 2019*. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Riau Pekanbaru
- Arifin, Anwar, 2003. *Komunikasi Politik: Paradigma Teori Aplikasi-aplikasi Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka)
- Arifin, Anwar, 2011. *Komunikasi Politik: Filsafat, Paradigma, Teori, Tujuan, Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*, (Yogyakarta: Graha Ilmu)
- Budiardjo, Miriam, 2006. *Dasar-dasar Ilmu Politik*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama)
- Budiardjo, Miriam, 2008. *Dasar-dasar Ilmu Politik*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama)
- Bungin, Burhan, 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada)
- Cangara, Hafied, 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta:PT Rajagrafindo Persada)
- Dan Nimmo ter. Tjun Suparman, *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*, (Bandung: Rosdakarya)
- Di akses melalui www.kpu.go.id dalam aturan-aturan Penyelenggaraan Pemilihan Umum. [11 Januari 2024]
- Djamarah, Syaiful Bahri, 2010. *Strategi Belajar Mengajar*, (Jakarta: Rineka Cipta)
- Effendy, Onong Uchjana, 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti)
- Effendy, Onong Uchjana, 2005. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, (Bandung: PT. Remadja RosdaKarya)
- Ghony, M. Djunaidi, 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media)
- Hasil wawancara dengan Abdullah Kaoi, pemilih lanjut usia, pada tanggal 8 juni 2024
- Hasil wawancara dengan Alamsyah, ketua harian tim pemenangan Calon Legislatif Partai Nasdem, pada tanggal 4 juni 2024

- Hasil wawancara dengan Bela Amelia, pemilih lanjut usia, pada tanggal 10 juni 2024
- Hasil wawancara dengan Idris Gading, pemilih lanjut usia, pada tanggal 8 juni 2024
- Hasil wawancara dengan Khairil Yusara, bidang kampanye tim pemenangan Calon Legislatif Partai Nasdem, pada tanggal 6 juni 2024
- Hasil wawancara dengan Riski Wahyudi, pemilih lanjut usia, pada tanggal 9 juni 2024
- Hikmat, Mahi M., 2011. *Komunikasi Politik: Teori dan Praktik Dalam Pilkada Langsung*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media)
- Indriani, Nur Hikmah, 2022. *Strategi Komunikasi Politik Tim Pemenangan Benyamin Davnie Dan Pilar Saga Ichsan Pada Pilkada 2020 Di Masa Pandemi Covid 19 Melalui Media*, Program Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
- Jogiyanto. 2008. *“Metodologi Penelitian Sistem Informasi”* (Yogyakarta, Perpustakaan Nasional)
- Johan Setiawan, Albi Anggito, 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi, CV Jejak)
- John, Vivian, 2008. *Teori Komunikasi. Edisi kedelapan*, (Jakarta: Prenada Media)
- Lihat Pasal 1 Ayat (1) UU Nomor 22 Tahun 2007 Tentang Penyelenggaraan Pemilihan Umum
- Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya)
- Mulyana, 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya)
- Nur, *“Strategi Komunikasi Tim Sukses Pada Kampanye Politik Untuk Memenangkan Calon Legislatif Kota Makassar,”*
- Nur, Emilsyah, 2019. *“Strategi Komunikasi Tim Sukses Pada Kampanye Politik Untuk Memenangkan Calon Legislatif Kota Makassar,” Jurnal Diakom VOL. 2, no. 1*
- Pajri, Rahmat, 2022. *Strategi Komunikasi Politik Dpd Partai Golkar Dalam Membangun Brand Image Golkar Bangkit Di Kabupaten Kampar*, Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
- Palupi, Niken Dwi, 2020. *Strategi Komunikasi Politik Bambang Kusriyanto Dalam Pemilihan Umum Anggota Dprd Provinsi Jawa Tengah Tahun 2019*. Semarang : Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang Prenada Media)

- Rakhmat, 2004. *Metode Penelitian*, (Bandung:Remaja Rosdakarya)
- Robbany, Ihsanudin Hamid, 2022. “*Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif (Caleg) DPRD Semin Fraksi Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Dalam Pemenangan Pileg 2019 Provinsi Lampung*” (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)
- S. Nasution, 1996. *Metode Research*, (Jakarta: Bumi Aksara)
- Soltau, Roger F., 2006. *Dasar-dasar Ilmu Politik*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama).
- Subakti, Ramlan, 1992. *Memahami Ilmu Politik*. (Jakarta: PT.Grasindo)
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, (Bandung, Alfabet)
- Suranto Aw, 2010. *Komunikasi Sosial Budaya*, (Yogyakarta: Grahayu Ilmu)
- Suyanto, Bagong, 2005. *Metode Penelitian Sosial: Bergabai Alternatif Pendekatan*. (Jakarta :
- Syafie, Inu Kencana, 2000. *Ilmu Politik*, (Jakarta: Rineka Cipta)
- Tuti Widiastuti, Irving Rizky Ferdana, 2022. *Strategi Komunikasi Politik Tim Sukses MS dalam Pemenangan Pemilu Legislatif Tahun 2019 di Dapil Riau-2*, Jurnal Pewarta Indonesia Vol. 4 No. 1
- Umar, Hasbi, 2008. *Paradigma Baru Demokrasi di Indonesia: Pendekatan Terhadap Pemilu DPR/DPRD*, Jurnal Innovatio. Vol. VII, No.14
- Widjaja, HAW,2005. *Penyelenggaraan Otonomi di Indonesia*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada)
- Wikipedia, “Strategi” dalam <http://id.wikipedia.org/wiki/Strategi>, (diakses pada 10 Januari 2024)
- Wikipediawan, “Pemilihan Umum” dalam https://id.wikipedia.org/wiki/Pemilihan_umum.