

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PASANGAN CALON AL HARIS DAN ABDULLAH SANI DALAM MEMENANGKAN PILKADA GUBERNUR JAMBI TAHUN 2020

Political Communication Strategy of Al Haris and Abdullah Sani in Winning the 2020 Jambi Gubernatorial Election

Edison Bonartua Hutapea; Dedi Saputra

Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Paramadina

*Email: bond9167@gmail.com

Abstract: *This study analyzes the political communication strategy, obstacles, and opportunities of the campaign team of Al Haris and Abdullah Sani in the 2020 Jambi gubernatorial election. A mature communication strategy and broad dissemination of political issues were necessary to win the electoral contest. Using a descriptive qualitative approach, the study applies political marketing theory through push, pull, and pass marketing. The campaign team employed face-to-face communication, social media, mainstream and online media, and limited open campaigning. The main internal obstacle was weak coordination and communication among campaign personnel, while the external obstacle involved perceptual distortion among novice voters with limited political education. The candidates' programs, personal appeal, religious and community networks, and political marketing capacity created opportunities to broaden electoral support.*

Keywords: Political communication strategy; Political marketing; Gubernatorial election; Campaign team; Candidate pairs

Abstrak: Penelitian ini menganalisis strategi, hambatan, dan peluang komunikasi politik tim pemenangan Al Haris dan Abdullah Sani dalam Pilkada Gubernur Jambi tahun 2020. Strategi komunikasi yang matang dan penyebaran isu politik secara luas diperlukan untuk memenangkan kontestasi. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan teori pemasaran politik melalui pendekatan push, pull, dan pass marketing. Tim pemenangan menjalankan komunikasi tatap muka, memanfaatkan media sosial, media arus utama dan media daring, serta kampanye terbuka secara terbatas. Hambatan internal utama berupa lemahnya koordinasi dan komunikasi antarpersonel tim, sedangkan hambatan eksternal berupa distorsi persepsi pemilih pemula yang memiliki keterbatasan pendidikan politik. Program pasangan calon, daya tarik personal, jaringan keagamaan dan kemasyarakatan, serta kapasitas pemasaran politik menjadi peluang untuk memperluas dukungan elektoral.

Kata Kunci: Strategi komunikasi politik; Pemasaran politik; Pemilihan gubernur; Tim pemenangan; Pasangan calon

1. Pendahuluan

Perubahan politik di Indonesia telah memberikan ruang demokrasi yang selama ini diidamkan oleh rakyat. Hal ini disusul dengan lahirnya fase pembaharuan atau Reformasi, di mana negara Indonesia menjadi negara yang semakin menghormati hak-hak warga negaranya, terutama dalam menentukan pemimpinnya. Sistem pemerintahan yang tadinya sentralistik diubah menjadi desentralisasi dalam artian pemerintah pusat memberikan kewenangan kepada daerahnya untuk memilih kepala daerah dan wakil-wakilnya. Selain itu, pemerintah pusat juga memberikan ruang bagi demokrasi politik lokal untuk bersikap terbuka dan bebas dalam menentukan pembangunan di daerahnya masing-masing.

Ruang demokrasi “terletak pada pelaksanaan otonomi daerah yang diatur dalam UU No. 32 Tahun 2004 yang pada penjelasan umum dijelaskan sebagai berikut; pembentukan daerah pada dasarnya dimaksudkan untuk meningkatkan pelayanan publik guna mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat, serta sebagai sarana pendidikan politik di tingkat daerah. Maka pembentukan suatu daerah harus memperhatikan berbagai faktor seperti potensi daerah, jumlah penduduk, kemampuan perekonomian, luas wilayah dan pertimbangan dari” aspek pertahanan dan keamanan, sosial budaya, sosial politik, serta pertimbangan dan kebutuhan lain yang memungkinkan. daerah untuk melaksanakan dan mewujudkan tujuan daerahnya. sendiri (Marsono, 2005: 27).

Oleh karena itu, selain bersifat nyata dan luas, “otonomi daerah yang dilaksanakan juga harus dilaksanakan secara bertanggung jawab. Artinya otonomi daerah harus dipahami sebagai wujud pertanggungjawaban atas akibat pemberian hak dan wewenang kepada daerah berupa tugas dan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh daerah, Ide dasar pemberian otonomi kepada daerah sebenarnya adalah untuk; pertama, peningkatan pelayanan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat; kedua, menjaga keharmonisan hubungan pusat dan daerah serta antar daerah guna menjaga keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI); ketiga, mengembangkan kehidupan demokrasi yang berkeadilan dan pemerataan (Leo Agustino, 2009: 26).

Dalam rangka melaksanakan tugas dan kewajiban tersebut, hakikat dasar kebijakan pelaksanaan otonomi daerah adalah pemberian wewenang yang menentukan batas-batas kewenangan yang dimiliki daerah untuk mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri. Adanya pelimpahan wewenang ini tentunya menjadi landasan bagi pelaksanaan otonomi daerah yang mana daerah mempunyai kebebasan bergerak dalam menggunakan potensi yang dimilikinya, baik yang berasal dari daerahnya sendiri maupun yang disediakan oleh pemerintah pusat sesuai dengan kewenangannya. dengan kebutuhan daerah dan kesejahteraan masyarakatnya. (Hari Sabarno, 2007: 7-8).

Sebuah perubahan yang sangat-sangat signifikan terhadap perkembangan demokrasi di daerah sesuai dengan tuntutan reformasi adalah pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah secara langsung oleh rakyat dan tidak lagi dilakukan melalui pemilihan DPRD. Pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah secara langsung merupakan konsekuensi dari perubahan struktur negara kita, akibat amandemen UUD 1945. Undang-undang baru ini pada dasarnya mengatur penyelenggaraan pemerintahan daerah dalam rangka pelaksanaan kebijakan desentralisasi pusat. (Abdullah, 2005: 4-5).

Dalam suasana seperti itu, kepala daerah yang terpilih akan dapat mengikuti prinsip desentralisasi karena merupakan pejabat yang dekat dengan masyarakat setempat, dan diharapkan lebih peka terhadap segala permasalahan di daerahnya masing-masing, karena dia lebih paham apa yang dibutuhkan masyarakat. Oleh karena itu, otonomi daerah mempunyai tanggung jawab terhadap rakyat secara langsung yang ditanggung oleh kepala daerah yang dipilih melalui pemilihan kepala daerah secara langsung.

Menurut Ramlan Surbakti, pemilihan kepala daerah (pilkada) serta wakil kepala daerah yang telah dipilih melalui pemilihan secara langsung karena dua alasan. Pertama, untuk mencapai konsistensi yang lebih baik dengan sistem pemerintahan presidensial. Suatu negara diindikasikan menganut sistem tersebut dicirikan oleh adanya kenyataan bahwa kepala pemerintahan dipilih melalui pemilihan langsung. Seperti halnya di tingkat nasional rakyat memilih presiden sebagai kepala pemerintahan melalui pemilihan langsung, demikian pula para pemimpin daerah otonom juga dipilih melalui pemilihan langsung. Lewat mekanisme pemilihan kepala daerah secara langsung, pemilih dapat memutuskan kepala daerah mana yang akan memimpin daerahnya dan model serta kebijakan mana yang nantinya akan dikembangkan serta diterapkan guna kepentingan kesejahteraan suatu daerah.

Kedua, terselenggaranya pemisahan kekuasaan yang dilaksanakan secara seimbang serta check and balances yang terjadi di antara DPRD dengan kepala maupun wakil kepala daerah. Karakteristik dari pemerintahan yang berdasarkan pemisahan kekuasaan yang berimbang serta pemisahan kekuasaan yang saling menguntungkan yaitu bahwa parlemen dan eksekutif dipilih dari rakyat dengan cara pemilihan langsung. Keduanya mempunyai kekuatan yang berimbang dalam posisi serta perbedaan kekuasaan, upaya pengontrolan dari keduanya dilaksanakan melalui APBD serta peraturan daerah, keduanya dilegitimasi oleh rakyat. Pada tinjauan bahasa yang biasa diterapkan oleh elit lokal, rakyat memilih langsung setiap kepala serta wakil kepala daerah dalam Pemilu bertujuan guna memastikan kepala daerah tersebut dapat memiliki kedudukan sebagai mitra sejajar terhadap DPRD. Oleh karena itu diharapkan interaksi antara DPRD dengan pimpinan daerah maupun wakil pimpinan daerah tidak hanya terbatas secara dinamis, melainkan juga memiliki nilai produktif dalam hal mewujudkan kesejahteraan semua daerah. (Surbakti, 2006:4-5). Oleh sebab itu, suatu sistem politik memegang peranan yang amat penting, khususnya dalam kaitannya dengan sistem pemilihan secara langsung, mencakup pada taraf nasional ataupun daerah.

Pada proses pemilihan kepala daerah yang dilaksanakan dengan cara langsung, masyarakat bisa memilih suatu calon berdasarkan kredibilitas dan kemampuannya. Pemirsa lokal akan melihat prestasi dan keterlibatan mereka di daerah mereka sendiri. Pemilih lokal membuat suara itu diperhitungkan. Di masa keterbukaan ini, berkat dukungan media, mudah untuk mengikuti cerita para tokohnya. Namun, lintasan proses karir kandidat, baik itu karir politik, administrasi, atau bisnis, tercermin dan menjadi representasi dari identitas kandidat. Sebagai sebuah organisasi, kontribusi partai politik sangat besar dalam menghasilkan seorang pemimpin yang memiliki kualitas serta terbuka. Para pemimpin yang dinilai kompeten tersebut tidak sebatas perpedoman terhadap kepentingan partai politik yang diwakilinya saja. Apabila telah berhasil dipilih menjadi seorang pemimpin, sudah sepatutnya dia merupakan pemimpin dari seluruh orang, tidak hanya memimpin parpolnya. Seorang pemimpin dengan karakteristik tersebut biasanya mereka yang lahir dari keinginannya sendiri.

Pada tanggal 9 Desember 2020 yang lalu masyarakat provinsi Jambi telah menjalankan pesta demokrasi yang lima tahun sekali yaitu menentukan sosok pemimpin yang akan memimpin Provinsi Jambi lima tahun ke depan. Dalam kontestasi pilkada di Provinsi Jambi tahun 2020, telah menyeleksi ketiga kandidat pasangan calon yang merebut pucuk pimpinan Provinsi Jambi. Beberapa pasangan calon yang dimaksud yaitu pertama, Cek Endra dan Ratu Munawaroh. Kedua, Fachrori Umar dan Syafril Mursal serta yang ketiga adalah pasangan Al Haris serta Abdullah Sani. Dapat dikatakan bahwasanya ketiga pasangan calon yang telah berhasil diseleksi yaitu putra-putri pilihan Provinsi Jambi yang memiliki pengalaman pada bidang berorganisasi serta kompeten sesuai dengan tupoksinya. Mereka, selaku warga Provinsi Jambi mempunyai hak dalam berkontribusi mengikuti kontes pada Pemilu Provinsi Jambi tahun 2020, dan masyarakat Jambi lah yang nantinya akan memilih pasangan yang dirasa paling cocok untuk memimpin mereka di antara keseluruhan kandidat yang tersedia.

Dalam kontestasi Pilkada Tahun 2020 tersebut, mereka masing-masing pasangan tentu memiliki strategi komunikasi politik yang berbeda. Tentu dalam proses masa kampanye masing-masing pasangan calon telah membentuk tim pemenangan, mendirikan sekretariat pemenangan, membentuk relawan dan masing-masing kandidat tentu telah didukung oleh sejumlah tokoh masyarakat Provinsi Jambi yang akan membantu dalam hal menyampaikan visi serta misi dari setiap pasangan yang didukungnya.

Setiap pasangan Gubernur serta wakil Gubernur dari Provinsi Jambi tahun 2020 pastinya telah memiliki visi dan misi serta rancangan program kerja yang nantinya akan dikampanyekan untuk masyarakatnya. Aktivitas yang dilaksanakan bertujuan untuk mendapatkan simpati serta dukungan yang diperoleh dari masyarakat. Tidak hanya diwajibkan untuk calon kepala daerah, penyampaian visi misi juga dibebankan pada tim sukses maupun tim kemenangan dengan keharusan menguasai semua poin visi misinya untuk disampaikan kepada masyarakat dengan tujuan memperoleh massa. Aktivitas tersebut sebagai upaya dari suatu proses komunikasi politik yang terjadi di antara calon pemimpin terhadap masyarakat umum.

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani *strategos*. Selanjutnya, *strategos* bisa ditujukan untuk komandan militer ketika saat zaman demokrasi Athena. Sebelumnya, kata taktik dipakai dalam konteks militer terkuat di dunia yang didefinisikan sebagai cara pemanfaatan semua kekuatan militer dengan tujuan untuk memperoleh kemenangan dari kondisi peperangan (Komaruddin, 1994:539). Strategi dalam hakikatnya merupakan perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk menggapai suatu tujuan tersebut. Hakikatnya, strategi dijadikan sebagai proses perencanaan serta manajemen dalam memperoleh capaian tujuan tersebut. Strategi tidak mempunyai fungsi menjadi peta jalan saja yang sebatas menerangkan peta arah saja, akan tetapi wajib mampu menerangkan berkaitan dengan strategi operasional yang hendak diterapkan (Onong Uchjana Effendy, 1992:32). Definisi dari strategi komunikasi politik yaitu suatu metode dalam komunikasi yang hendak dilaksanakan dengan tujuan untuk memperoleh ketercapaian dari setiap esensi kekuasaan. Strategi yang diaplikasikan oleh seluruh tim sukses dari setiap paslon Gubernur Provinsi Jambi mempunyai perbedaan serta ciri khas tersendiri yang nantinya akan dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi untuk masyarakat.

Dinamika politik lokal menjelang pemilihan Gubernur Provinsi Jambi semakin ramai diperbincangkan. Pro-kontra terkait Pilkada makin merajalela menampakkan aktualisasinya. Kondisi tersebut diidentifikasi dengan adanya berbagai jenis manuver politik yang dilaksanakan oleh seluruh pasangan calon Pemilihan Gubernur (Pilgub) Jambi yang nantinya akan dilaksanakan ketika tanggal 9 Desember 2020. Terdapat beberapa pasangan pasangan calon saat Pilgub Jambi 2020 di antaranya yaitu paslon nomor urut pertama diduduki oleh paslon Cek Endra serta Ratu Munawaroh, pasangan kedua yaitu Fachrori Umar serta Syafril Nursal, serta pasangan calon Haris dan Abdullah Sani. Pencalonan sosok Al Haris dan Abdullah Sani ini yang memperoleh simpati dari 3 partai politik yang memiliki kursi di DPRD Provinsi Jambi yang tergabung dalam “Koalisi Jambi Mantap” yaitu: Partai Amanat Nasional (PAN), Partai Kebangkitan Bangsa dan partai PKS.

Pencalonan pasangan Al Haris dan Abdullah Sani ini saat Pilkada Jambi 2020 telah mendapatkan dukungan dari beberapa partai parlemen maupun non-parlemen yang secara generik telah melalui 3 termin yang sangat penting, terdiri atas: pertama, penjangkaran calon. Proses penjangkaran tersebut adalah perwujudan demokrasi pada internal partai yang pada umumnya wajib dilalui oleh setiap anggota partai maupun siapa saja yang memiliki niat untuk mengajukan diri sebagai calon kepala daerah. Fase kedua yaitu penyaringan calon. Meninjau dari segi elektabilitas paslon, rakyat memegang peranan penting dalam proses pemilihan calon mana yang nantinya akan mendapatkan dukungan dari partai politik. Tahap selanjutnya yaitu penetapan calon. Proses tersebut mencakup hubungan signifikan terkait dengan beberapa partai dalam lingkup provinsi melalui bantuan beberapa tim yang bertujuan untuk mendapatkan kewenangan terhadap hasil keputusan dari DPP (Dewan Pimpinan Pusat) Partai PAN maupun beberapa partai pendukung yang lain.

Aspek utama yang dijadikan fokus perhatian yaitu strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh paslon Al Haris serta Abdullah Sani. Al Haris yaitu calon Gubernur Jambi pendatang baru yang sebelumnya merupakan Bupati kabupaten Merangin dua periode yang tidak begitu populer di kalangan masyarakat Provinsi Jambi. Dibandingkan dengan pasangan calon Gubernur Jambi lainnya, pasangan Al Haris dan Abdullah Sani ini bukan pasangan yang diunggulkan dari segala sisi. Jika dibandingkan dengan Paslon lainnya, seperti pasangan Cek Endra dan Ratu Munawaroh, pasangan ini sangat diunggulkan dan sangat populer di masyarakat Provinsi Jambi, selain Cek Endra merupakan Bupati Aktif di Kabupaten Sarolangun, dirinya merupakan seorang Ketua DPW Partai Golkar di Provinsi Jambi serta seorang pengusaha batu bara yang ternama, sementara itu pasangannya Ratu Munawaroh merupakan sosok yang tidak asing lagi di masyarakat Provinsi Jambi, karena beliau merupakan istri dari Al Marhum Zulkifli Nurdin yang merupakan Gubernur dua Periode di Provinsi Jambi tentu telah memiliki pengikut akar rumput yang masih solid. Sementara itu pasangan lainnya yaitu Fachrori Umar dan Syafril Nursal merupakan pasangan yang dianggap sangat kuat karena Fachrori Umar merupakan calon incumbent dan pasangannya merupakan sosok Pensiunan Jenderal Polisi yang memiliki nama yang terkemuka di Provinsi Jambi. Sebagai Kandidat pendatang baru di Pilkada Gubernur Jambi 2020 dan tidak begitu diunggulkan, tentu Al Haris memiliki strategi komunikasi politik tersendiri untuk memenangkan pertarungan tersebut. Selain memiliki pengalaman politik dalam Pilkada di Kabupaten Merangin Provinsi Jambi, Al Haris dianggap diuntungkan dengan menggandeng Abdullah Sani yang merupakan mantan wakil Wali Kota Jambi dan seorang tokoh Agama ternama di Provinsi Jambi, yang memiliki popularitas yang cukup tinggi di mata masyarakat. Namun demikian, kemenangan yang diraih dalam kontestasi Pilkada tidak akan terlepas dari strategi komunikasi politik yang dimainkan oleh masing-masing pasangan. Diperoleh hasil bahwasanya perolehan suara terbanyak yang sudah dilaksanakan saat tanggal 9 Desember 2020 didapatkan oleh paslon Al Haris dan Abdullah Sani dengan total perolehan sejumlah 600.733 suara dari total keseluruhan 2.415.862 pemilih tetap. Sehingga, paslon Al Haris serta Abdullah Sani yang berhasil ditetapkan sebagai Gubernur Jambi tahun 2021-2024.

Proses pelaksanaan pilkada yang tercakup saat aktivitas demokrasi lima tahunan sebenarnya telah terselesaikan saat tanggal 9 Oktober 2020. Akan tetapi, masih dijumpai beberapa pemberitaan media massa terkait dengan isu kecurangan saat pelaksanaan Pilkada. Oleh sebab itu, suatu ketika KPU Provinsi Jambi memberikan pengumuman terkait hasil perolehan suara Pilkada Jambi saat tanggal 19 Desember 2020 yang menetapkan pasangan Al Haris serta Abdullah Sani sebagai pemenangnya, namun pasangan kandidat Cek Endra dan Ratu Munawaroh tidak terima serta mengajukan gugatannya ke lembaga peradilan yakni MK (Mahkamah Konstitusi). Pada akhirnya MK diperintahkan agar menjalankan PSU (Pemungutan Suara Ulang) disejumlah TPS yang terdapat pada seluruh penjurur Kabupaten di Provinsi Jambi.

Namun, akhirnya pada PSU tersebut dinyatakan bahwasanya pasangan Al Haris serta Abdullah Sani tetap mengungguli dalam pilkada putaran kedua tersebut, dengan hasil suara diperoleh 29.717 suara di Kabupaten Kerinci untuk paslon 01 Cek Endra-Ratu Munawaroh sedangkan 50.330 suara untuk paslon 02 Fachrori-Syafril, serta 26.909 suara untuk paslon 03 Haris-Sani. Pada hasil perolehan suara di Kabupaten Batanghari memperoleh 63.045 suara untuk kandidat 01 (Cek Endra-Ratu Munawaroh), 30.55 suara untuk kandidat 02 (Fachrori-Syafril), serta 58.249 suara untuk kandidat 03 (Haris-Sani).

Sementara itu, di Kabupaten Muarojambi diperoleh hasil bahwasanya terdapat 63.478 suara yang diperoleh oleh kandidat Cek Endra-Ratu Munawaroh, 24.776 suara untuk kandidat 02 yakni Fachrori-Syafril serta 65.008 suara untuk kandidat 03 yaitu Haris-Sani. Perolehan suara pada Kabupaten Tanjung Jabung Timur diperoleh bahwasanya 53.041 suara untuk kandidat 01, 24.862 suara untuk kandidat 02, serta 45.660 untuk kandidat 03. Kemudian, perolehan suara pada Kota Sungai didapatkan hasil bahwasanya kandidat 01 dengan paslon Cek Endra-Ratu Munawaroh berhasil memperoleh 11.280 suara, kandidat 02 Fachrori-Syafril dengan 35.957 suara serta 6.862 suara untuk paslon 03 (Haris-Sani) (Sumber KPU Provinsi Jambi).

2. Metode Penelitian

Pada proses penelitian ini penulis memakai sebuah pendekatan metodologi penelitian kualitatif. Dikarenakan topik penelitian ini masih samar, holistik, kompleks, dinamis dan sarat makna. Meninjau dari pendapat Bogdan serta Taylor dengan mengutip Moleong (2010:4), definisi dari penelitian kualitatif, yaitu teknik penelitian dengan menciptakan data deskriptif dalam bentuk bahasa tulisan maupun lisan serta tindakan manusia yang bisa diobservasi.

Pengaplikasian metode kualitatif pada penelitian strategi komunikasi politik tak terbatas pada konsep strategi yang sulit serta kemungkinan sulit untuk dilaksanakan pengukuran. Akan tetapi, disebabkan karena strategi komunikasi tersebut tunduk pada evaluasi kualitatif. Kondisi tersebut mencakup pada pengamatan, opini, pengetahuan, pemahaman, dan deskripsi tentang subjek, dengan besaran nilai yang ditentukan oleh jawaban yang memerlukan deskripsi menyeluruh mengacu pada pengetahuan. Hal ini tidak berarti bahwa kajian para ahli strategi tentang strategi komunikasi politik tidak menggunakan data kuantitatif, tetapi dapat dipastikan bahwa setiap orang harus mempelajari secara cermat dan menyeluruh semua aspek sebelum merancang suatu strategi komunikasi.

Penelitian kualitatif bertujuan untuk mengidentifikasi beberapa teori, baik secara formal maupun substantif, dengan semuanya secara eksplisit mengacu pada data (Moleong, 2000:29). Pengaplikasian strategi komunikasi politik oleh kelompok kampanye Al Haris dan Abdullah Sani meliputi: Kelompok Kampanye Partai Pendukung dan Partai Pengusung, dan Kelompok Relawan. Strategi yang diterapkan oleh tim pendukung yang utama dari pasangan Al Haris dan Abdullah Sani, mencakup sebagian besar jaringan pengorganisasian mereka, membawahi organisasi kepemudaan, organisasi masyarakat dan lain-lain.

Penerapan strategi komunikasi yang lain, dengan dikembangkan oleh tim sukses setiap parpol dengan mitra serta pendukungnya, lebih menitikberatkan pada sistem organisasi dan kepribadian partai. Performa optimal diupayakan pada konteks tersebut, terutama karena partai pendukung dan pengusung termasuk dalam kategori partai utama. Strategi komunikasi politik yang dilakukan secara cermat hingga menjangkau seluruh lapisan masyarakat Jambi yang menjadikan indikator utama penentuan keberhasilan dari paslon Al Haris serta Abdullah Sani.

3. Landasan Teori

3.1. Pemasaran Politik

Dalam tulisan pena Bruce I. Newman serta Richard M. Perloff tentang Political Marketing; Theory, Research, and Application yang berhasil dikutip dari Prisgunanto (2008) dari Handbook of Political Communication Research, definisi dari pemasaran politik yaitu suatu pengaplikasian terkait dengan beberapa prinsip pemasaran pada proses kampanye politik yang terdiri atas berbagai ragam individu, produser, serta organisasi dengan latar belakang yang berkolaborasi dengan proses eksekusi, analisis pengembangan, serta seni manajemen yang diusahakan pada kampanye setiap kandidat, pemerintah, parpol, pelobi, maupun kelompok lainnya yang mampu dipergunakan untuk memberikan arahan opini publik menjadi tersebarnya info tentang dari setiap paslon, partai, serta program yang hendak dijalankan oleh beberapa pelaku politik (komunikator) dengan melibatkan beberapa strategi komunikasi yang dipilih dengan merujuk pada penyampaian tujuan memperbarui pengetahuan, wawasan, perilaku, serta sikap dari setiap kandidat paslon selaras terhadap harapan komunikasi. Tindakan tersebut bertujuan untuk menggunakan konsep pemasaran komersial, yaitu melewati aktivitas merencanakan serta menetapkan harga, promosi, serta penyebarluasan gagasan terkait dengan pelayanan barang maupun jasa untuk membentuk suatu transaksi yang bertujuan dalam pemenuhan kebutuhan individu serta keseluruhan tujuan yang hendak dicapai organisasi (Hafied Cangara, 2009:277)

Dalam proses pemasaran, wajib untuk mengacu pada beberapa elemen yang terdiri atas empat jenis yakni: (Hafied Cangara, 2009:279)

3.2. Produk

Produk maupun kemasan merupakan sebuah jasa/barang yang dihasilkan oleh suatu entitas, hasil yang diperoleh nantinya akan dijual dengan tujuan pemenuhan kebutuhan setiap pembeli. Apabila sistem tersebut ditinjau dalam dunia politik, beberapa cakupan produk yang hendak dipasarkan mampu mendapatkan sambutan yang baik dari masyarakat sebagai jati diri parpol tersebut menjadi representasi dari produk sosial. Tidak hanya dinilai dari kacamata politik, produk juga dapat direpresentasikan dalam wujud simbol gambar, visi, misi, logo, serta susunan kandidat yang hendak dicalonkan oleh setiap partai politik untuk memperoleh kedudukan sebagai gubernur, presiden, walikota, bupati, penyusun UU (legislatif), ataupun beberapa jabatan yang lain dengan masih mempunyai keterkaitan terhadap pelaksanaan kebijakan publik.

3.3. Tempat

Positioning pemasaran mempunyai kontribusi yang sangat urgensi serta signifikan untuk memperoleh minat pembeli melaksanakan transaksi. Proses pemilihan serta peruntukan tempat wajib mencakup dimensi ekonomis guna (secara mencolok) memamerkan produk yang ingin Anda jual di masyarakat. Hubungan tersebut merupakan bagian dari aktivitas komunikasi politik, keberadaan tempat sering kali dikaitkan dengan konsep ruang publik, misalnya melalui media, dengannya partai-partai dan cita-cita serta program kerjanya dapat diketahui.

3.4. Harga

Harga diartikan sebagai bagian dasar yang mempunyai kontribusi penting pada pemasaran. Peran harga juga sebagai acuan dalam penentuan daya saing di pasar itu sendiri. Akan tetapi, perlu diperhatikan juga bahwa harga menentukan level dari jangkauan pemasaran. Contohnya, jika produk mempunyai kualitas yang tinggi jelas akan bernilai lebih mahal daripada produk inferior. Pada aspek komunikasi politik, nilai dari partai yang tergolong besar cenderung akan lebih sukar dinilai bagi caleg yang ingin mencalonkan diri daripada partai kecil, yang lebih mudah dipahami untuk menjadi sarana politik guna mencalonkan diri, sekalipun probabilitas untuk memperoleh kemenangan sangat minim. mengingat kontribusinya pada masyarakat tidak terlalu signifikan seperti halnya beberapa partai politik Partai PDI, Golkar, serta partai yang lain.

3.5. Promosi

Promosi diartikan sebagai upaya dalam memperoleh minat pembeli yang dilakukan dengan menerapkan metode komunikasi, bisa berupa media massa cetak, elektronik maupun dengan melibatkan komunikasi person to person. Ditinjau dari ranah komunikasi politik, promosi memiliki makna sebagai proses kampanye pemilihan. Kampanye memiliki peran penting tidak hanya pada pemasaran partai politik, melainkan pada pemasaran setiap calon, program serta visi dan misi mereka. Sebenarnya, meninjau dari pendapat Nursal yang dikutip dari bukunya, marketing politik merupakan bentuk strategi politik yang bertujuan untuk menginterpretasikan di benak pemilih seperangkat makna politik, seperangkat makna politik yang muncul di benak pemilih untuk memilih pilihan tertentu..” Relevansi politik ini merupakan hasil penting dari pemasaran kebijakan yang menentukan pemilih partai mana yang dipilih.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Strategi Komunikasi Politik Pasangan Calon

Dalam hal menjalankan strategi komunikasi politik, Pasangan Al Haris dan Abdullah Sani, lebih mengutamakan pendekatan kepada masyarakat kelas bawah dengan tujuan untuk mengidentifikasi penyebab timbulnya hambatan yang menyebabkan pemerintah sebelumnya kesulitan merealisasikannya di Provinsi Jambi. Selanjutnya, permasalahan itu dijelaskan kembali kepada masyarakat dalam bentuk program kerja, dalam rangka memberikan solusi yang terbaik untuk membangun Provinsi Jambi ke depan yang lebih mantap dan maju.

Kondisi tersebut sejalan terhadap paparan Al Haris, menurutnya ketika kampanye atau turun lapangan di tengah masyarakat kita mempunyai komitmen sejak awal untuk tidak menghujat satu sama lainnya, memaparkan beberapa hal yang dinilai aktual serta mencakup keseluruhan dari kebutuhan masyarakat Provinsi Jambi. Kito juga sudah menganalisis keseluruhan akar masalah di Provinsi Jambi serta mencari serangkaian alternatif solusi yang sedang dan akan dihadapi Provinsi Jambi. Dari persoalan-persoalan yang muncul tersebut kita saring kemudian kita carikan solusi yang tepat untuk kita masukan dalam sebuah program kerja yang nyata.

Selama kegiatan kampanye terlaksana, serangkaian pesan politik yang dipaparkan oleh paslon Al Haris serta Abdullah Sani senantiasa berorientasi pada beberapa program kerja unggulan di mana diharapkan bisa menuntaskan beberapa masalah yang dialami masyarakat Provinsi Jambi melalui penawaran program terkait upaya penanggulangan permasalahan infrastruktur jalan yang sejauh ini selalu menjadi penghambat bagi masyarakat Provinsi Jambi, jaringan internet gratis setiap desa, penawaran program bedah rumah, dua miliar satu kecamatan (DUMISAKE), mengurangi angka pengangguran, pemberian beasiswa kepada putra dan putri terbaik Provinsi Jambi serta serangkaian program kerja yang lain di mana sebelumnya sudah tercakup pada visi misi.

Selain media arus utama atau media mainstream, pasangan Al Haris dan Abdullah Sani juga memanfaatkan penggunaan media sosial dan media online pada saat kampanye, ini merupakan bagian dari strategi yang dijalankan oleh pasangan Al Haris dan Abdullah Sani dalam memenangkan kontestasi Pilkada 2020 di Provinsi Jambi. Tingkatan kualitas dari media dikendalikan oleh adanya serangkaian pelanggaran yang telah dibentuk oleh KPU. Dengan adanya media cetak, media sosial, media online serta televisi pada kegiatan besar menjadikan terbentuknya kompetisi yang kuat kepada rival politiknya. Kondisi tersebut akan menjadi daya tarik apabila ditunjang dengan keberagaman isu yang dipublikasikan pada saat masa kampanye berlangsung.

4.2. Strategi Tim Pemenangan

Strategi tersebut mencakup proses rekrutmen serta penguatan internal dan eksternal tim pemenangan. Dalam membentuk tim pemenangan pasangan Al Haris dan Abdullah Sani, dalam sistem kerjanya dibantu oleh relawan dalam menyampaikan program serta visi-misi mereka kepada masyarakat luas. Dijumpai relawan lebih dari 15 yang berada di bawah komando tim sukses serta melaksanakan strategi pendekatan yang selaras terhadap kompetensinya. Perekrutan relawan dilaksanakan secara sukarela yang berasal dari masyarakat di mana mereka hendak memberikan dukungan kepada kandidat tersebut serta



Gambar 1: Program pasangan Al Haris dan Abdullah Sani

memiliki keinginan menjadikan Provinsi Jambi mengalami kemajuan sejalan terhadap serangkaian program unggulan dan visi misi yang disampaikan saat masa kampanye oleh pasangan Al Haris dan Abdullah Sani di tengah masyarakat Provinsi Jambi.

Tujuan dibentuknya tim relawan adalah untuk mendukung serta memenangkan pasangan Al Haris dan Abdullah Sani dalam Pilkada Provinsi Jambi tahun 2020 dan bekerja di bawah koordinasi oleh tim pemenangan inti tim koalisi) pasangan atau sekretariat pemenangan tersebut.

Langkah selanjutnya, penguatan internal dan eksternal tim pemenangan. Dalam perjalanannya menerapkan strategi komunikasi politik oleh tim pemenangan tentunya terdapat hambatan dan tantangan tersendiri. Oleh karena itu, agar tim tetap solid dan kompak diperlukan cara tertentu atau usaha tertentu untuk mengantisipasinya agar strategi pemenangan di lapangan bisa terlaksana dengan baik dan tepat sasaran. Selama tahapan pelaksanaan kampanye sampai pada pemungutan suara, peneliti mengidentifikasi terdapatnya upaya atau strategi yang diterapkan oleh tim sukses dalam rangka memperoleh kemenangan untuk Al Haris serta Abdullah Sani, yang dibagi atas dua bagian yaitu penguatan dari dalam tim sukses (internal) serta penguatan masyarakat (eksternal).

4.3. Penguatan Internal

Melalui beberapa upaya dalam pelaksanaan perubahan serta kemenangan yang diterapkan secara internal dari kandidat Al Haris serta Abdullah Sani, di antaranya:

Konsolidasi Tim Pemenangan

Pada konteks merespon terhadap dinamika politik yang sedang berlangsung, tim sukses Al Haris serta Abdullah Sani secara langsung melakukan konsolidasi untuk seluruh tim pemenangan, dan melaksanakan evaluasi terkait seluruh kelemahan atau hambatan yang dihadapi oleh tim pemenangan ketika kampanye tersebut dilaksanakan. Salah satu yang menjadi perhatian serius adalah dalam menyiapkan anggaran atau budget selama penyelenggaraan kampanye berlangsung. Pemanfaatan anggaran secara bijak berkedudukan sebagai aspek yang penting untuk diperhatikan dikarenakan dengan tersedianya anggaran akan berdampak pada peningkatan serta meluncurkan seluruh aktivitas ataupun kebijakan yang nantinya akan dilaksanakan di lapangan. Biaya kampanye tersebut dapat digunakan dengan baik dan semaksimal mungkin untuk akomodasi, transportasi, maupun biaya-biaya lainnya.

4.4. Penguatan Eksternal

Saat proses masa kampanye berlangsung, sampai tahapan pemungutan suara, terdapat beberapa upaya yang dilaksanakan oleh tim sukses dalam tujuannya menguatkan pembentukan relasi yang diusahakan oleh dirinya sendiri ataupun dari kandidat calon yang mereka dukung. Dalam realisasinya, terdapat salah satu usaha eksternal yang dilaksanakan tim pemenangan kandidat Al Haris serta Abdullah Sani yaitu meminimalisasi timbulnya serangan yang berasal dari rival kandidat lain atau bisa dikatakan melakukan counter politik terhadap isu-isu yang menimbulkan keraguan bagi tim maupun pendukung. Hingga proses pemungutan suara putaran pertama dan pemilihan ulang berlangsung, walaupun tidak diizinkan melaksanakan kampanye akan tetapi sosialisasi bijak kepada masyarakat senantiasa dilakukan serta dengan mematuhi seluruh ketentuan yang berlaku.

Pasangan kandidat serta tim sukses tentunya memiliki perbedaan metode sesuai dengan karakteristiknya yakni berada pada sekumpulan masyarakat melalui menghadiri undangan masyarakat.

4.5. Pendekatan Tim Pemenangan

Dalam strategi komunikasi politiknya, tim pemenangan Al Haris dan Abdullah Sani menyusun program ke dalam empat tahap, yaitu pra-kampanye, masa kampanye, H-7 pemilihan, dan H+7 pemilihan.

Tahap Pra-Kampanye

Program (tahap) pra-kampanye yaitu aktivitas yang dikemukakan serta dikendalikan oleh lembaga penyelenggara pemilihan, pada konteks tersebut dipertanggungjawabkan kepada KPU (Komisi Pemilihan Umum) Provinsi Jambi melalui pelaksanaan debat terbuka hanya satu kali, yakni diselenggarakan saat tanggal 24 Oktober 2020.

Program pada Masa Kampanye

Pada fase dalam kampanye, tim sukses mengklasifikasikan tiga bentuk program kerja yakni kampanye yang dilaksanakan secara face-to-face, melalui pemanfaatan media sosial, media mainstream, media online serta pelaksanaannya secara langsung serta terbuka namun terbatas karena dalam situasi pandemi COVID-19.

4.6. Hambatan Tim Pemenangan Selama Kampanye

Pada masa kampanye berlangsung, pasangan yang memiliki nomor urut tiga ini, tim pemenangan Al Haris dan Abdullah Sani menemukan beberapa hambatan di lapangan baik secara internal maupun eksternal dalam menyampaikan visi dan misi di tengah masyarakat. Adapun hambatan yang dihadapi adalah sebagai berikut:

Faktor Semantik

Pada faktor semantik ini hambatan yang dihadapi adalah pada proses penyampaian pengertian atau ide secara efektif kepada pemilih yang sangat heterogen. Pada saat bahasa yang digunakan tidak dipahami secara baik oleh komunikan, maka proses penyampaian pesan pun tidak akan berjalan sebagaimana yang diinginkan, sehingga komunikasi yang dibangun tidak akan efektif. Hal ini cukup dirasakan oleh tim pemenangan Al Haris dan Abdullah Sani yaitu kurangnya koordinasi dan komunikasi antara tim pemenangan sehingga, beberapa kali terjadi miskomunikasi antara kepengurusan dan relawan.

Sebagaimana disampaikan Direktur Media Center, Musri Nauli, dalam proses kampanye pilkada ini kami menyadari tentu akan menemukan kendala di lapangan, seperti kendala pada tim pemenangan di lapangan selama ini adalah sering terjadi miskoordinasi dan komunikasi di antara tim itu sendiri, karena memang banyak orang yang bergabung terkadang banyak juga pendapatnya, meskipun tujuannya sama. Namun ini menjadi persoalan karena ketika terjadi miskomunikasi di dalam tim maka akan mempengaruhi kerja tim pemenangan di lapangan.

Faktor Distorsi Persepsi

Faktor kekeliruan persepsi maupun penarikan kesimpulan prematur terhadap orang lain, faktor ini yang menyebabkan terjadinya distorsi persepsi yakni miskonsepsi yang diakibatkan dengan adanya persepsi yang sempit dalam penentuan persepsi.

Tim pemenangan Al Haris dan Abdullah Sani mengaku merasa kesulitan ketika hendak mengomunikasikan serangkaian program beserta visi misi calon untuk pemilih pemula seperti halnya dijumpai di lapangan di mana para pemilih pemula tersebut memiliki keterbatasan pengetahuan dan minimnya sosialisasi pendidikan politik, ini tentu memiliki dampak dalam proses kampanye di lapangan.

Aspek gangguan (noise) diartikan sebagai sifat yang erat kaitannya terhadap komunikasi serta bisa mengganggu dan mengubah penerimaan pesan yang menyebabkan tujuan komunikasi tersebut tidak bisa berjalan dengan lancar. Menurut Muhamad Mufid dalam bukunya “Komunikasi Regulasi dan Penyiaran” definisi dari gangguan yaitu keseluruhan aspek yang bisa mengakibatkan penyimpangan pesan, maupun memberikan keterhambatan penerimaan pesan (Muhamad Mufid, 2005).

4.7. Hambatan dan Peluang Komunikasi Politik

Dalam menyampaikan komunikasi politik selama masa kampanye berlangsung senantiasa ditemukan kendala saat penyampaian informasi yang berkaitan dengan program kerja serta visi misi pasangan calon tersebut. Tim pemenangan Al Haris dan Abdullah Sani juga menjumpai serangkaian kendala yang terdapat pada lapangan, baik secara internal maupun secara eksternal. Kendala internal adalah faktor semantik, yaitu, belum terintegrasinya koordinasi serta komunikasi antara tim sukses, yang menyebabkan sering kali terjadi kesalahpahaman di antara relawan serta pengurus. Kendala eksternalnya meliputi distorsi persepsi yakni kesalahan yang diakibatkan oleh persepsi yang sempit dari pemilih pemula atau minimnya pendidikan politik yang mereka dapatkan. Sementara itu yang menjadi peluang bagi tim sukses pemenangan adalah selain dari sisi daya tarik masyarakat terhadap visi misi pasangan calon, namun elemen pergerakan pemasaran politik yang memiliki kredibilitas sehingga bisa berkontribusi dalam pemberian suara yang lebih banyak dibandingkan rivalnya.

Hambatan Semantik

Dalam menyampaikan komunikasi politik selama masa kampanye berlangsung tentunya selalu ada hambatan dalam memberikan informasi terkait program kerja dan visi misi pasangan calon tersebut. Tim pemenangan Al Haris dan Abdullah Sani juga menemukan beberapa kendala di lapangan baik secara internal maupun secara eksternal. Kendala internal adalah faktor semantik, yaitu, belum solidnya koordinasi dan komunikasi antara tim pemenangan, sehingga beberapa kali terjadi miskomunikasi antara kepengurusan dan relawan. Sedangkan kendala eksternalnya yang ditemui di lapangan adalah distorsi persepsi yaitu kekeliruan yang disebabkan oleh pemikiran yang sempit dari pemilih pemula atau minimnya pendidikan politik yang mereka dapatkan.

Hambatan Persepsi

Faktor kekeliruan persepsi atau penarikan kesimpulan prematur terhadap orang lain adalah Salah satu faktor terjadinya distorsi persepsi ialah kekeliruan yang disebabkan oleh pemikiran yang sempit dalam pembentukan persepsi, namun tidak disertai dengan pemikiran terbuka untuk melihat hubungan kausalitas dari fakta yang ditemui.

Tim pemenangan Al Haris dan Abdullah Sani mengakui terasa cukup kesulitan dalam menyampaikan program-program serta visi dan misi calon pada pemilih pemula seperti yang ditemui di lapangan banyak pemilih pemula tidak banyak mengerti serta kurangnya edukasi terhadap pendidikan politik, ini tentu memiliki dampak dalam proses kampanye di lapangan.

Sementara itu yang menjadi peluang bagi tim sukses pemenangan adalah selain dari sisi ketertarikan masyarakat terhadap visi misi pasangan calon, kesederhanaan kedua pasangan ini di tengah masyarakat ini menjadi magnet tersendiri, apalagi sosok pendamping Al Haris merupakan seorang ulama NU tersohor di Provinsi Jambi ini sangat memudahkan membangun komunikasi politik di kalangan pengikut NU di Provinsi Jambi. Selain itu yang menjadi peluang bagi pasangan Al Haris dan Abdullah Sani ini adalah elemen pergerakan pemasaran politik yang sangat mumpuni yang mampu memberikan persentase suara yang sangat signifikan dibandingkan dengan lawan pasangannya.

5. Kesimpulan

Dalam strategi komunikasi politik yang dijalankan oleh tim sukses pemenangan Al Haris dan Abdullah Sani pada Pilkada Provinsi Jambi pada tahun 2020, tim pemenangan ternyata memakai pendekatan political marketing, dan mereka menyusun program kerja timnya ke dalam empat tahap yaitu; pertama, sebelum masa kampanye, kedua, Masa kampanye, ketiga, Masa H - 7 Pencoblosan, dan keempat, H+7 Pasca pemilihan atau pencoblosan. Pada saat masa kampanye tim pemenangan Al Haris dan Abdullah Sani membagi tiga program kerja yaitu; kampanye secara face-to-face (tatap muka), kampanye dengan menggunakan media sosial dan kampanye langsung secara terbuka namun terbatas (dalam situasi pandemi COVID-19).

Ada satu hal yang membuat pasangan ini menjadi terpilih dan menjadi daya pikat bagi masyarakat Provinsi Jambi yaitu program Dumisake (Dua Miliar satu Kecamatan) yang sangat menarik hati para pemilih karena Program Dumisake ini sangat bersentuhan langsung dengan kehidupan dasar masyarakat seperti rumah layak huni, pendidikan perguruan tinggi gratis bagi keluarga yang tidak mampu serta bantuan UMKM. Selain itu, pasangan ini merupakan pasangan yang dianggap pasangan yang sangat sederhana dan sangat dekat dengan masyarakat kelas bawah, karena sosok Al Haris dilahirkan dari Birokrasi yang terbiasa melayani masyarakat dan Pasangannya Abdullah Sani merupakan Ulama ternama yang dikenal dengan kehidupan sederhana dan dekat para jemaahnya.

Sementara itu, dalam menghadapi hambatan atau rintangan yang dialami oleh tim pemenangan Al Haris dan Abdullah Sani di lapangan, baik berupa faktor semantik, yaitu belum terintegrasinya koordinasi serta komunikasi antara tim sukses, yang menyebabkan sering kali terjadi kesalahpahaman di antara relawan serta pengurus. Kemudian faktor distorsi persepsi yaitu kekeliruan yang dikarenakan minimnya pendidikan politik yang didapatkan oleh para pemilih muda, sehingga cukup kesulitan dalam menyampaikan program kerja serta visi dan misi kepada pemilih muda tersebut.

Sedangkan yang menjadi peluang bagi tim pemenangan ialah berdasarkan ketertarikan masyarakat terhadap visi dan misi serta rekam jejak pasangan Al Haris dan Abdullah Sani yang dinilai layak untuk memimpin Provinsi Jambi, serta ditopang oleh pergerakan pemasaran politik yang sangat mumpuni dan masif yang digerakkan oleh para tokoh-tokoh politik, tokoh masyarakat lokal, tokoh agama, tokoh adat serta tokoh pemuda, yang mampu memberikan kemenangan bagi pasangan Al Haris dan Abdullah Sani dalam pilkada Provinsi Jambi tahun 2020.

Daftar Pustaka

- A.W. Widjaja, 2000, Ilmu Komunikasi Pengantar Studi, Jakarta: Rineka Cipta.
- Abd. Asri Harahap, 2005, Manajemen dan Resolusi Konflik Pilkada, Jakarta: PT.Pustaka Cidesindo.
- Agustino, Leo, 2009, Pilkada dan Dinamika Politik Lokal, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arifin, Anwar, 2003, Komunikasi Politik: Paradigma Teori Aplikasi- aplikasi Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka.
- Arni, Muhammad, 1995, Komunikasi Organisasi, cetakan ke II, Jakarta: Bumi Aksara.
- Bungin, Burhan, 2006, Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat, Jakarta: Prenada Media Group.

- Cangara, Hafied, 2002, Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Dan B. Curtis, Floyd, James J. Winsor, Jerry L, 1996, Komunikasi Bisnis dan Profesional, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Dan Nimmo ter. Tjun Suparman, Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media, Bandung: Rosdakarya.
- Danesi, Marcel, 2013, Encyclopedia of Media and Communication, University of Toronto Press.
- Gunawan, Imam, 2014, Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik, Jakarta: Bumi Aksara.
- Hadi, Sutrisno, 1989, Metodologi Research, Jilid I dan II, Yogyakarta: Andy Orset.
- Hamad, Ibnu. 2008. Memahami Komunikasi Pemasaran Politik. MediaTor.
- Hamdi Asep Saepul, Baharuddin E, 2014, Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan, Yogyakarta: Budi Utama.
- Hasbi Umar, Paradigma Baru Demokrasi di Indonesia: Pendekatan Terhadap Pemilu DPR/DPRD, Jurnal Innovatio Vol. VII, No.14 Edisi Juli- September 2008.
- Husaini Usman, 2009, Metodologi Penelitian Sosial, Jakarta: Bumi Aksara.
- Inu Kencana Syafie, 2000, Ilmu Politik, Jakarta: Rineka Cipta. Jakarta: PT. Gramedia.
- Komaruddin, 1994, Ensiklopedia Manajemen, Jakarta: Bumi Aksara.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. Teknik Praktik Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Liliweri, Alo, 1991, Memahami Peran Komunikasi Massa Dalam Masyarakat, Bandung: Aditya Bakti.Karya.
- Maswadi Rauf dan Mappa Nasrun (ed), 1993, Indonesia dan Komunikasi Politik.
- Mochtar Pabotinggi, 1993, Komunikasi Politik dan Transformasi Ilmu Politik, dalam Indonesia dan Komunikasi Politik, Jakarta: Gramedia.
- Moleong, Lexy J, 2010, Metode Penelitian Kualitatif, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mufid, Muhamad, 2005, Komunikasi Regulasi dan Penyiaran, Jakarta: Kencana dan UIN Press.
- Mulyana, Deddy, dan Jalaluddin, Rakhmat, 2006, Komunikasi Antarbudaya: Panduan Berkomunikasi Dengan Orang-orang Berbeda Budaya, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Narbuko, Cholid, dan Achmadi, Abu 2009, Metodologi Penelitian, Jakarta: Bumi Aksara.
- Nursal, Adman. 2004. Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- B Hutapea, Edison” Literasi Komunikasi antar persona dalam keluarga” PT. Rekacipta Proxy Media, 978-623-09-1676-2, (2023): 11
- Sudarmanti, Rini “Perlukah Literasi Media Televisi Berspektif Ramah Perempuan” Espresi PERSEPSI Jurnal Ilmu Komunikasi, 2656-050x, (2019): 20.
- Gunawan, Redy Hendra “Saluran Komunikasi Politik dalam pembangunan Demokrasi pada Pemilu Legislatif DPR-RI di Kota Bogor 2019, Jurnal Komunikasi Pembangunan, 18(02) 2020, 141-151, (2020): 9
- Hanifah, Nurainy “Pola Komunikasi Politik Calon Presiden Pada Pemilihan Presiden-wakil presiden 2019”. Jurnal Intelektiva, Jurnal Ekonomi, sosial dan Humaniora, 2686- 5661 (2019): 10
- Tesis Sugiprawaty, Etnisitas dan Primordialisme, dan Jejaring Politik di Sulawesi selatan (Studi Pilkada di Sulawesi Selatan. Th 2007- 2008.
- Erick Wensik Berman, Strategi Komunikasi Politik Dan Pemenangan Pemilu (Studi Kasus Strategi Komunikasi Politik Hulman Sitorua, SE dan Drs. Koni Ismail Siregar pada Masa Kampanye Pemilihan Umum Kepala Daerah Pematangsiantar 2010). Tesis: Universitas Sumatera Utara, 2011.
- M. Akmal Farraz, Strategi Political Marketing Partai NasDem dan Partai Persatuan Pembangunan Menuju Pemilihan Umum 2014 (Studi terhadap Strategi Pemenangan DPW Partai NasDem Aceh dan DPW Partai Persatuan Pembangunan Aceh). Skripsi: Universitas Syiah Kuala. 2015.

