

## Implementasi Kampanye Politik sebagai Elektabilitas Pemilihan Kepala Desa

Fia Khoerunnisa\*, Atie Rachmiatie

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\*iakhoerunnisa04@gmail.com, rachmiatie@gmail.com

**Abstract.** In a political campaign, communication must be two-way, there is reciprocity from the communicator and it reaches the communicant. This researcher identified the following: 1) How is the political campaign process in increasing the electability of the Margajaya Village Head? 2) How is the intensity of the political campaign carried out by the Head of Margajaya Village? 3) What are the factors that support and hinder the success of the campaign carried out by the Head of Margajaya Village? 4) Why did the Head of Margajaya Village use a political campaign using the Anjangsana method? The theory used in this research is Diffusion of Innovation which has 4 campaign stage processes, namely: Information, Persuasion, Reason and Confirmation. Which is used during the campaign process of the Margajaya Village Head, which will be studied in this study to determine the effectiveness of the campaign carried out by the Margajaya Village Head. The method used in this research is a qualitative case study method. The data collection techniques used in this research are observation, in-depth interviews, and documentation. As a result of this research, the Head of Margajaya Village achieved his election by maintaining relationships with the people of Margajaya Village. In addition, conducting a personal campaign or using the Anjangsana method to the people of Margajaya Village to maintain the relationship with the village community. Political campaigns carried out by the Village Head personally to the community can find out directly the aspirations and complaints that are being faced. The Village Head can also deliver his campaign messages more openly and effectively. With this Anjangsana method campaign, the Village Head can achieve high electability during the Village Head election.

**Keywords:** *Political Campaign, Electability, Local Government.*

**Abstrak.** Dalam kampanye politik komunikasi yang dilakukan harus dua arah, adanya timbal balik dari komunikator dan sampainya kepada komunikan. Peneliti ini diidentifikasi sebagai berikut: 1) Bagaimana proses kampanye politik dalam meningkatkan elektabilitas Kepala Desa Margajaya? 2) Bagaimana intensitas kampanye politik yang dilakukan oleh Kepala Desa Margajaya? 3) Apa saja faktor yang mendukung dan menghambat keberhasilan kampanye yang dilakukan oleh Kepala Desa Margajaya? 4) Mengapa Kepala Desa Margajaya menggunakan kampanye politik dengan metode Anjangsana?. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Difusi Inovasi yang memiliki 4 proses tahapan kampanye yaitu: Informasi, Persuasi, Alasan dan Konfirmasi. Yang digunakan selama proses kampanye Kepala Desa Margajaya, yang akan dikaji pada penelitian ini untuk mengetahui keefektifan kampanye yang dilakukan oleh Kepala Desa Margajaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini, Kepala Desa Margajaya dalam meraih keterpilihannya dengan cara menjaga relasi dengan masyarakat Desa Margajaya. Selain itu, melakukan kampanye secara personal atau menggunakan metode Anjangsana kepada masyarakat Desa Margajaya untuk menjaga tali silaturahmi dengan masyarakat Desa. Kampanye politik yang dilakukan oleh Kepala Desa secara personal kepada masyarakat dapat mengetahui secara langsung aspirasi dan keluhan yang sedang dihadapi. Kepala Desa juga dapat menyampaikan pesan-pesan kampanyenya lebih terbuka dan efektif. Dengan kampanye metode Anjangsana ini Kepala Desa dapat meraih elektabilitas yang tinggi pada saat pemilihan Kepala Desa.

**Kata Kunci:** *Kampanye Politik, Elektabilitas, Pemerintah Daerah.*

## A. Pendahuluan

Kampanye adalah kegiatan komunikasi terorganisir yang dilakukan secara berkelanjutan untuk mencapai hasil spesifik pada khalayak luas. Kampanye bertujuan membujuk orang melakukan tindakan yang diinginkan dengan menilai dan menggunakan media untuk menargetkan audiens yang tepat. Berdasarkan tujuannya, kampanye dapat dilakukan dalam berbagai konteks salah satunya ialah Kampanye politik yang merupakan aplikasi dan strategi pemasaran dalam politik karena persaingan ketat untuk memperebutkan suara dalam pemilu. Menurut Arifin (2003), kampanye politik melibatkan komunikasi politik seperti kecemasan dalam politik, propaganda politik, hubungan masyarakat politik, dan gaya bicara politik. Provokasi dan propaganda politik yang menolak realitas, moralitas, dan etika telah ditinggalkan di era demokrasi saat ini.

Kampanye politik bertujuan mendapatkan dukungan masyarakat, dengan kandidat memperebutkan suara dalam pemilu. Kampanye pemilu adalah pendidikan politik masyarakat yang bertujuan meningkatkan partisipasi pemilih, sesuai pasal 5 PKPU 15 Tahun 2023 (dalam, Damayanti & Hamzah 2017). Kampanye politik yang digunakan oleh Kepala Desa Margajaya yaitu anjongsana atau berkunjung dari rumah ke rumah untuk menyampaikan aspirasinya kepada masyarakat Desa Margajaya. Anjongsana ini salah satu bentuk kampanye yang dilakukan oleh kandidat politik termasuk saat pemilihan Kepala Desa untuk memperkuat tali silaturahmi dengan warga. Menurut Suriatna (1998), anjongsana adalah hubungan antara penyuluh dan keluarganya di rumah untuk menyampaikan tujuan tertentu. Kepala Desa Margajaya juga melakukan kampanye politik dengan pendekatan kepada masyarakat melalui kampanye terbuka, baik di dalam maupun di luar ruangan.

Kampanye terbuka melibatkan debat politik, iklan, dan acara publik untuk mempromosikan diri sebagai calon Kepala Desa, bertujuan mendapatkan dukungan dan mempengaruhi opini publik. Strategi ini memungkinkan interaksi langsung antara kandidat dan pemilih, serta penyampaian visi, misi, dan platform mereka (R. Kluver 2011). Keberhasilan kampanye bergantung pada metode yang tepat dan komunikasi efektif dengan masyarakat.

Menurut Sugiman (2018) Desa adalah komunitas dengan aturan sendiri, dipimpin oleh Kepala Desa yang dipilih. Pemerintahan Desa bertanggung jawab atas kesejahteraan masyarakat, termasuk pengelolaan keuangan, proyek pembangunan, dan pemberdayaan masyarakat. Kepala Desa Margajaya terpilih karena elektabilitasnya yang tinggi, didukung oleh kepercayaan dari tokoh-tokoh Desa dan reputasinya sebagai orang jujur dan bertanggung jawab. Penelitian ini menekankan pentingnya proses komunikasi yang terjadi dapat mempengaruhi khalayak. Dalam hal ini, pentingnya memahami proses komunikasi politik dalam mempengaruhi pemilihan Kepala Desa.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana Implementasi Kampanye Politik Sebagai Elektabilitas Pemilihan Kepala Desa?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui proses kampanye politik sebagai elektabilitas Kepala Desa Margajaya
2. Untuk mengetahui intensitas kampanye politik yang dilakukan oleh Kepala Desa Margajaya.
3. Untuk mengetahui faktor yang mendukung dan menghambat dalam proses kampanye politik Kepala Desa Margajaya.
4. Untuk mengetahui kampanye politik yang dilakukannya dengan metode Anjongsana

## B. Metodologi Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Paradigma dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme digunakan dalam penelitian ini dikarenakan kebutuhan untuk menyiratkan bahwa perspektif setiap orang adalah valid, dan kita harus menghormati perspektif tersebut.

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus. Alasan penggunaan pendekatan studi kasus, agar dapat memberikan informasi dan temuan yang jelas serta mendalam terhadap objek yang akan diteliti yakni kampanye yang dilakukan oleh Kepala Desa. Selain itu, peneliti ingin mengeksplorasi dan memperoleh informasi secara rinci mengenai

subjek maupun objek yang diteliti dengan keunikan dari kasus yang ada.

Moleong (2017: 132), (dalam Aslamiah.Dkk. 2022) Dalam sebuah penelitian, subjek penelitian memainkan peran sebagai narasumber yang memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Subjek pada penelitian ini adalah Kepala Desa, Aparatur, Masyarakat dan Tim sukses Kepala Desa Margajaya. Dalam menentukan subjek atau informan pada penelitian ini ditentukan dengan teknik purposive sampling atau kedalam bentuk kriteria. Dari kriteria yang telah ditentukan, peneliti mendapatkan subjek penelitian sebanyak 4 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Uji keabsahan data menjadi tahap penting dalam penelitian kualitatif ini. Triangulasi sumber digunakan sebagai pendekatan untuk menguji kredibilitas data, membandingkan dan memeriksa informasi dari berbagai sumber dengan waktu yang berbeda. Pada data hasil pengamatan, peneliti akan dibandingkan dengan data hasil wawancara, atau apa yang dikatakan secara pribadi dibandingkan dengan sumber lainnya seperti referensi buku dan jurnal yang terkait dengan pembahasan. Dengan menggunakan triangulasi sumber, penelitian ini berusaha memastikan keaslian dan keakuratan temuan yang dihasilkan.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan



**Gambar 1.** Model Proses Kampanye Politik Kepala Desa

Sumber: Olahan Peneliti, 2024.

Pada proses kampanye politik yang dilakukan oleh Ayat Ruhiyat, Kepala Desa Margajaya. Ayat Ruhiyat menjalani prosedur kampanye sesuai aturan, termasuk pendaftaran tertulis dan memenuhi persyaratan seperti yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 Pasal 59. Beberapa persyaratan utama adalah surat pencalonan, berkas dukungan, surat pernyataan, dan visi misi serta program kerja tertulis. Setelah memenuhi persyaratan, Ayat Ruhiyat melanjutkan dengan proses informal, seperti meminta restu dari orang tua dan pendapat kerabat terdekat.

Dalam menyusun strategi kampanye, Ayat Ruhiyat dibantu oleh tim relawan yang terdiri dari kerabat dekat. Mereka membantu menyebarkan visi misi Ayat Ruhiyat melalui berbagai kegiatan kampanye, termasuk pertemuan langsung dengan masyarakat. Salah satu anggota relawan, Edi, melihat Ayat Ruhiyat sebagai sosok amanah, jujur, berwibawa, dan memiliki visi yang jelas untuk masa depan Desa Margajaya. Ayat Ruhiyat menunjukkan kepedulian dan rendah hati dengan meminta pendapat kerabatnya sebelum mencalonkan diri.

Pada praktiknya, Ayat Ruhiyat memfokuskan kampanyenya pada tiga tahap: meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang isu yang diangkat, mengubah sikap masyarakat agar bersimpati pada kampanye, dan mengubah perilaku masyarakat untuk memilihnya. Kampanye dilakukan melalui pertemuan langsung, anjingsana, dan komunikasi interpersonal. Ayat Ruhiyat juga menekankan pentingnya partisipasi aktif masyarakat dalam pemilihan kepala desa. Hal tersebut sesuai dengan tahapan kampanye yang harus dilakukan agar meraih keterpilihan menurut (Ostegraard dalam Venus 2004) yaitu mencapai pada tataran pengetahuan, khalayak diarahkan adanya perubahan sikap, dan perubahan perilaku khalayak.

Selain itu, Ayat Ruhiyat menggunakan metode kampanye Candidate- Oriented Campaigns Menurut (Ruslan 2008:25) tindakan kampanye yang difokuskan pada calon atau kandidat untuk kepentingan kampanye politik. Dalam hal ini, menonjolkan dirinya sebagai

calon kepala desa yang layak dipilih tanpa bergantung pada partai politik tertentu dan menggunakan komunikasi interpersonal untuk memahami keinginan masyarakat dan menyampaikan pesan kampanye secara efektif. Komunikasi interaktif ini memungkinkan pertukaran pesan dua arah, meningkatkan hubungan dan keakraban dengan masyarakat. Kampanye Ayat Ruhiyat berhasil karena kredibilitas dan komitmennya yang tinggi di mata masyarakat Desa Margajaya.

Selama kampanye, Ayat Ruhiyat juga memastikan keterlibatan masyarakat dalam setiap langkah dan berjanji memenuhi kebutuhan mereka setelah terpilih. Dengan memanfaatkan dana pemerintah, Ayat Ruhiyat berkomitmen meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Margajaya. Kemenangan Ayat Ruhiyat dalam Pemilihan Kepala Desa 2018 menunjukkan efektivitas kampanye dan kepercayaan masyarakat terhadap kepemimpinannya.

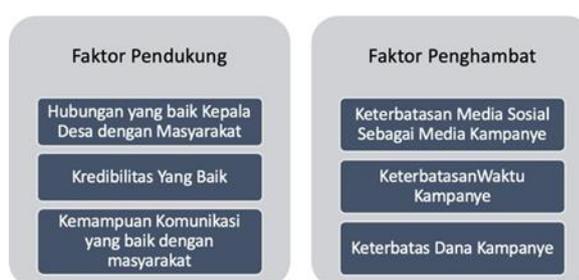
### **Intensitas Kampanye Politik Kepala Desa Margajaya**

Dalam aspek intensitas kampanye politiknya kepada kepada Masyarakat, Ayat Ruhiyat sering melakukan kampanye politik untuk mendapatkan dukungan masyarakat Desa Margajaya. Kampanye dilakukan secara terbuka dengan menyampaikan visi dan misi di lapangan, sesuai jadwal dari panitia kampanye. Ayat Ruhiyat juga mendekati masyarakat dengan mengikuti kegiatan seperti kerja bakti dan ronda, yang mempererat hubungannya dengan warga. Dalam pertemuan ini, Ayat Ruhiyat mendengarkan masalah masyarakat, membangun hubungan yang kuat, dan memahami kebutuhan mereka secara langsung.

Ayat Ruhiyat menyadari kurangnya penggunaan media sosial di Desa Margajaya, sehingga lebih fokus pada pendekatan personal, seperti anjongsana, untuk mengunjungi rumah-rumah warga. Pertemuan langsung dinilai efektif untuk menyampaikan pesan kampanye dan memperkuat hubungan dengan masyarakat. Relawan kampanye, termasuk Edi, mengatur jadwal kampanye dan pertemuan di setiap RW untuk memudahkan masyarakat berpartisipasi dan mengoptimalkan waktu.

Semakin sering Ayat Ruhiyat melakukan kampanye dan pendekatan kepada masyarakat, semakin kuat hubungannya dengan mereka. Keakraban dan relasi baik Ayat Ruhiyat dengan masyarakat Desa Margajaya sebelum pencalonan membantu mendapatkan dukungan dan kepercayaan selama kampanye. Kedekatan ini mempermudah komunikasi dan pemahaman terhadap keinginan warga.

### **Faktor – Faktor yang Mendukung dan Menghambat Keberhasilan Kampanye Politik Kepala Desa Margajaya**



**Gambar 2.** Model Faktor – Faktor yang Mendukung dan Menghambat Keberhasilan Kampanye Politik Kepala Desa Margajaya

Sumber: Olahan Peneliti, 2024.

Keberhasilan Ayat Ruhiyat sebagai Kepala Desa Margajaya didukung oleh rekomendasi tokoh-tokoh Desa yang mempercayainya karena sikap amanah dan hubungan baik dengan masyarakat. Ayat Ruhiyat meminta restu orang tua sebelum mencalonkan diri, menekankan pentingnya dukungan mereka. Kredibilitas Ayat Ruhiyat di mata masyarakat sangat tinggi karena latar belakangnya sebagai Purnawirawan TNI, keturunan tokoh desa, dan hubungannya yang erat dengan masyarakat. Kredibilitas ini, menurut (Cangara 2004:95) merupakan

sekumpulan persepsi tentang keuntungan yang dimiliki oleh sumber sehingga diterima atau diikuti oleh khalayak. Kemudian kredibilitas ini meliputi keahlian dan kepercayaan, yang menjadikannya pemimpin yang diandalkan oleh Masyarakat (Jalaludin Rakmat 2005:260).

Ayat Ruhiyat berhasil membangun hubungan baik dengan masyarakat melalui kegiatan kerja bakti, ronda, dan pendekatan personal. Metode anjangsana atau kunjungan rumah ke rumah digunakan untuk menyampaikan pesan kampanye, mengatasi keterbatasan media sosial di desa. Edi, relawan kampanye, mengatur jadwal pertemuan di setiap RW untuk memudahkan partisipasi masyarakat.

Kampanye politik Ayat Ruhiyat juga menghadapi hambatan, seperti waktu kampanye yang terbatas dan keterbatasan dana untuk alat kampanye. Minimnya penggunaan media sosial pada saat itu juga menjadi kendala dalam penyebaran informasi. Meskipun demikian, hubungan baik dengan masyarakat, komunikasi terbuka, dan keaktifan Ayat Ruhiyat dalam kegiatan Desa membantu meningkatkan elektabilitas dan kepercayaan masyarakat terhadapnya. Dukungan tokoh Desa dan masyarakat berperan penting dalam keberhasilan Ayat Ruhiyat memenangkan pemilihan Kepala Desa Margajaya tahun 2018.

### Alasan Kepala Desa Marga Jaya Menggunakan Kampanye Politik Anjangsana

Metode anjangsana menjadi faktor keberhasilan dalam kampanye politik Ayat Ruhiyat. Ayat Ruhiyat rutin mengadakan pertemuan dan kunjungan ke rumah-rumah masyarakat Desa Margajaya. Metode ini efektif karena menyesuaikan dengan keadaan ekonomi Desa dan minimnya penggunaan media sosial. Dadi menyebutkan bahwa anjangsana sudah menjadi tradisi kampanye di Desa Margajaya. Ayat Ruhiyat menggunakan metode ini untuk berinteraksi langsung, mendengarkan aspirasi, dan menyampaikan pesan kampanye serta program kerjanya secara lebih efektif.



**Gambar 3.** Model Alasan Kepala Desa Menggunakan Kampanye Politik Anjangsana

Sumber: Olahan Peneliti, 2024.

Hasil temuan penelitian, Anjangsana menjadi norma kultural di Desa Margajaya, yakni kebiasaan yang diwariskan turun-temurun. Melalui pendekatan ini, Ayat Ruhiyat mendapatkan dukungan karena mampu membangun komunikasi antarpribadi yang efektif. Kathleen S. Verderber et al (2007) mendefinisikan komunikasi antarpribadi sebagai proses dimana orang berhubungan dan bertanggung jawab satu sama lain untuk menciptakan makna. Ayat Ruhiyat menerapkan ini dengan menyampaikan pesan kampanye berulang kali dan mendengarkan keluhan masyarakat, sehingga membangun kepercayaan dan kenyamanan.

Menurut Wiyarto (2016:97), komunikasi interpersonal adalah komunikasi langsung antara dua atau lebih individu. Ayat Ruhiyat menggunakan ini dalam kampanye dengan mengunjungi rumah-rumah warga, mendengarkan langsung keluhan mereka, dan memahami keinginan masyarakat. Efektivitas komunikasi interpersonal terdiri dari lima bagian yaitu (1) Keterbukaan, Ayat Ruhiyat menerima masukan dan menyampaikan pesan secara jelas. Ia berjanji menggunakan dana Pemerintah untuk memperbaiki infrastruktur Desa. (2) Empati, Ayat Ruhiyat menunjukkan kepedulian tinggi, seperti menjenguk warga sakit atau terkena musibah, membangun rasa hormat dan kepercayaan dari masyarakat. (3) Sikap Mendukung, hubungan akrab antara Ayat Ruhiyat dan warga meningkatkan rasa kepercayaan masyarakat. (4) Sikap Positif, Ayat Ruhiyat menjalankan tugas dengan amanah, menunjukkan empati tinggi, dan memastikan keadilan dalam pelayanan masyarakat. (5) Kesetaraan, Ayat Ruhiyat menghargai semua warga tanpa memandang jabatan, menciptakan komunikasi yang baik dan saling menghormati.

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Proses Kampanye Politik yang dilakukan oleh Kepala Desa Margajaya melalui pendekatan secara personal dan langsung terhadap masyarakat Desa Margajaya. Kepala Desa meminta dukungan secara langsung kepada masyarakat, dan memperkuat hubungan yang baik antara Kepala Desa dengan masyarakat Desa Margajaya. Dengan melakukan kampanye secara personal kepada masyarakat Desa Margajaya, Kepala Desa juga mampu menunjukkan rasa kepedulian dan empati yang tinggi kepada masyarakat Desa Margajaya. Kepala Desa mampu menjalankan kampanyenya secara efektif dan diterima baik oleh masyarakat Desa Margajaya. Hal ini membuktikan bahwa komunikasi yang baik dan membangun hubungan yang dekat dengan masyarakat Desa Margajaya dapat meraih keberhasilan dan keterpilihannya sebagai Kepala Desa.
2. Intensitas Kampanye Politik yang dilakukan oleh Kepala Desa sangat mempengaruhi hasil pemilihan. Kampanye yang intensif dan tersukstur yang dilakukan oleh Kepala Desa. Dengan melakukan kampanye yang konsisten dan berkelanjutan membantu memperkuat pesan politik yang disampaikan dan memastikan bahwa Visi dan Misi Kepala Desa diterima baik oleh masyarakat Desa Margajaya. Dengan melibatkan berbagai kegiatannya dengan masyarakat Desa Margajaya menciptakan kepercayaan dan elektabilitas. Hal ini terbukti bahwa kampanye politik yang dilakukan oleh Kepala Desa berfokus pada komunikasi interpersonal yang efektif, menjadi salah satu strategi kampanye politik yang efektif dalam memenangkan Pemilihan Kepala Desa Margajaya.
3. Faktor yang mendukung dalam keberhasilan kampanye politik yang dilakukan oleh Kepala Desa di mata masyarakat Desa Margajaya. Kepala Desa memiliki hubungan yang baik dengan masyarakat Desa Margajaya melalui metode kampanye politik yang digunakan oleh Kepala Desa yaitu Anjangsana untuk mengunjungi rumah-rumah masyarakat Desa Margajaya. Selain itu, Kepala Desa membangun kepercayaan dan kedekatan dengan Masyarakat Desa Margajaya yang membuat Kepala Desa memiliki kredibilitas yang ditinggi di mata masyarakat Desa. Kepala Desa juga memiliki latar belakang yang kuat sebagai Purnawirawan. Hal ini yang membuat masyarakat Desa Margajaya percaya kepada Kepala Desa dalam kepemimpinannya. Selain itu, terdapat faktor yang menghambat dalam proses kampanye politik yang dilakukan oleh Kepala Desa. Salah satunya keterbatasan media sosial untuk penyebaran informasi menjadi salah satu kendala terutama di wilayah dengan sumber daya teknologi yang masih terbatas. Selain itu, waktu kampanye yang singkat membatasi Kepala Desa dalam melakukan kampanye dan berinteraksi secara langsung dengan masyarakat Desa juga menjadi terbatas.
4. Kepala Desa menggunakan kampanye politik dengan metode Anjangsana dan secara personal menjadi strategi Kepala Desa untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat Desa Margajaya. Dengan mengunjungi rumah-rumah warga untuk berinteraksi secara langsung. Kepala Desa juga dapat memahami aspirasi dan keluhan yang dihadapi oleh masyarakat Desa Margajaya secara langsung. Selain itu, mengunjungi beberapa rumah warga menjadi salah satu hal kebiasaan bagi Calon Kepala Desa Margajaya untuk berkomunikasi dengan masyarakatnya secara langsung. Dalam hal ini memungkinkan bagi Calon Kepala Desa untuk menyampaikan pesan-pesan kampanyenya lebih efektif dan meyakinkan masyarakat. Dengan kampanye metode Anjangsana ini Kepala Desa dapat memperoleh dukungan yang kuat dari penduduk Desa Margajaya.

#### Daftar Pustaka

- [1] Damayanti, N., & Hamzah, R. E. (2017). Strategi Kampanye Politik Pasangan Jokowi-Jk Pada Politik Pemilihan Presiden 2014. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 279.
- [2] Fatimah, S. (2018). Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam

- Pemilu. *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 1(1), 5–16.
- [3] Liando, D. M. (2016). Pemilu Dan Partisipasi Politik Masyarakat. In *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum* (Vol. 3, Issue 2).
- [4] Nur'aini, R. D. (2020). Penerapan Metode Studi Kasus Yin Dalam Penelitian Arsitektur Dan Perilaku. *INERSIA: LNformasi Dan Ekspose Hasil Riset Teknik Sipil Dan Arsitektur*, 16(1), 92–104.
- [5] Pt, D. I., & Aqua, T. (2017). Anjongsana sebagai strategi melaksanakan csr di pt. tirtainvestama aqua klaten. 1(September), 43–45.
- [6] Putri, F. A., & Dwipriandi, R. (2021). Efektivitas Kampanye Dalam Jaringan: Studi Kasus Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Luwu Timur Sulawesi Selatan. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 10, 110–130.
- [7] Rustandi, D. (2013). Dinamika Komunikasi Politik Menjelang Pemilu 2014. *Jurnal Kominfo*, 11(2), 93–173.
- [8] Sartikasari, S., Hardi, R., & Hartaman, N. (2021). Efektivitas Kampanye Politik Di Media Sosial Pada Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2018 Di Kecamatan Sajoanging Kabupaten Wajo. *Kybernology: Journal of Government Studies*, 1(1), 16–33.
- [9] Sulaiman, S. A. (2018). KOMUNIKASI POLITIK (Studi terhadap Kampanye Politik JASMEV 2017 Sebagai Buzzer Di Era Demokrasi Digital Pada Pilgub DKI Jakarta 2017). *Ilmu Sosial Dan Ilmu Poli*
- [10] S. P. Mardianti and M. Suherman, “Hubungan Personal Branding pada Instagram @Ganjar\_Pranowo dengan Minat Memilih Ganjar sebagai Presiden,” *Jurnal Riset Public Relations*, vol. 4, no. 1, pp. 49–56, 2024, doi: 10.29313/jrpr.v4i1.3826.
- [11] T. K. Tanditha, A. Sani, and H. Hafiar, “Destination Branding Desa Wisata Alamendah Melalui Media Sosial Instagram A R T I C L E I N F O,” *Jurnal Riset Public Relations*, vol. 4, no. 1, pp. 7–14, 2024, doi: 10.29313/jrpr.v4i1.3679.
- [12] Haifa Khoirunnisa Mutiara Ardia and Nova Yuliati, “Pengelolaan Kesan Petugas Protokol Berkarakter Islami,” *Jurnal Riset Public Relations*, pp. 41–46, Jul. 2023, doi: 10.29313/jrpr.v3i1.1962.