

**STRATEGI KOMUNIKASI RAHMAT MIRZANI DJAUSAL
DALAM PEMILIHAN UMUM LEGISLATIF 2024**

Skripsi

Oleh

Rafly Nugraha Chandra Perdana

2016031049



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI RAHMAT MIRZANI DJAUSAL DALAM PEMILIHAN UMUM LEGISLATIF 2024

Oleh

RAFLY NUGRAHA CHANDRA PERDANA

Proses pergantian dalam politik ini perlu adanya strategi komunikasi ini dilakukan guna untuk melihat grafik dalam politik untuk melihat keberhasilan yang dilakukan dari tahun ke tahun, pada pemilihan umum legislatif tahun 2024 ada beberapa partai politik menunjukkan kenaikan dalam perolehan suara yang melambung tinggi jika dibandingkan dengan pemilihan umum tahun sebelumnya. Hal ini terjadi karena adanya gebrakan strategi komunikasi yang dilakukan oleh partai politik dalam mencapai tujuannya. Dibuktikan pada pemilihan umum serentak tahun 2019 dan 2024 dilakukan pada tanggal 17 April 2019 dan pada tahun 2024 dilaksanakan pada Rabu 14 Februari 2024, beberapa tokoh politik yang mencalonkan diri sebagai anggota legislatif salah satunya yaitu Rahmat Mirzani Djausal Dapil Bandar Lampung dengan perolehan suara sebanyak 14.418 ia terpilih menjadi anggota DPRD pada tahun 2019. Ditahun 2024 mencalonkan diri menjadi anggota DPRD dan meraih suara teratas usai bertarung dalam Dapil Kota Bandar Lampung dengan presentase suara 8,07% atau sebanyak 40.469.

Penelitian ini menggunakan tipe deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan tujuan menggambarkan atau mendeskripsikan objek dan fenomena yang ingin diteliti. Penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan (field research), yaitu mengadakan penelitian wawancara berdialog dengan objek penelitian. Focus dalam penelitian ini yaitu strategi komunikasi yang dilakukan oleh Rahmat Mirzani Djausal dalam pemilihan umum tahun 2024 dengan menggunakan konsep Anwar Arifin. Teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan Kesimpulan dan verifikasi. Sedangkan keabsahan data meliputi perpanjangan keikutsertaan, kekuatan pengamatan, trigulasi.

Hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa adanya kenaikan nilai suara pada tahun 2019 dan 2024 secara signifikan. Dengan memberikan pesan politik melalui media seperti Instagram, facebook, berita, mengadakan konser, dalam bidang keagamaan dan melakukan interaksi langsung dengan target Masyarakat terutama anak muda hal ini berhasil diraihinya. Tidak hanya itu Rahmat Mirzani Djausal juga membangun konsensus yang baik dengan presiden dan wakil presiden terpilih dan partai politik.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Rahmat Mirzani Djausal, Anwar Arifin

ABSTRACT

RAHMAT MIRZANI DJAUSAL'S COMMUNICATION STRATEGY IN THE 2024 LEGISLATIVE GENERAL ELECTION

Written By

RAFLY NUGRAHA CHANDRA PERDANA

This process of change in politics requires a communication strategy to be carried out in order to see graphs in politics to see the successes carried out from year to year. In the 2024 legislative general election, several political parties showed a skyrocketing increase in vote share when compared to the general election. previous year. This happened because of breakthrough communication strategies carried out by political parties in achieving their goals. It was proven that in the 2019 and 2024 simultaneous general elections held on April 17 2019 and in 2024 held on Wednesday February 14 2024, several political figures ran for legislative positions, one of which was Rahmad Mirzani Djausal for the Bandar Lampung electoral district with a total of 14 brothers. 418 he was elected as a member of the DPRD in 2019. In 2024 he will nominate himself became a member of the DPRD and won the top vote after competing in the Bandar Lampung City electoral district with a vote percentage of 8.07% or 40,469.

This research uses a descriptive type, namely research carried out with the aim of describing or describing the objects and phenomena you want to research. This research is included in field research, namely conducting interview research in dialogue with the research object. The focus of this research is the communication strategy carried out by Rahmat Mirzani Djausal in the 2024 general election using the Anwar Arifin concept. The data analysis techniques used are data reduction, data presentation, drawing conclusions and verification. Meanwhile, the validity of the data includes extension of participation, strength of observation, triangulation.

The results of the research and discussion show that there will be a significant increase in the value of votes in 2019 and 2024. By providing political messages through media such as Instagram, Facebook, news, holding concerts, in the religious field and interacting directly with the target community, especially young people, he has achieved this. Not only that, Rahmat Mirzani Djausal also built a good consensus with the elected president and vice president and political parties.

Keywords: Communication Strategy, Rahmat Mirzani Djausal, Anwar Arifin

**STRATEGI KOMUNIKASI RAHMAT MIRZANI DJAUSAL
DALAM PEMILIHAN UMUM LEGISLATIF 2024**

Oleh

Rafly Nugraha Chandra Perdana

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

Judul Skripsi

:STRATEGI KOMUNIKASI RAHMAT MIRZANI
DJAUSAL DALAM PEMILIHAN UMUM
LEGISLATIF 2024

Nama

: Rafly Nugraha Chandra Perdana

Nomor Pokok Mahasiswa

: 2016031049

Program Studi

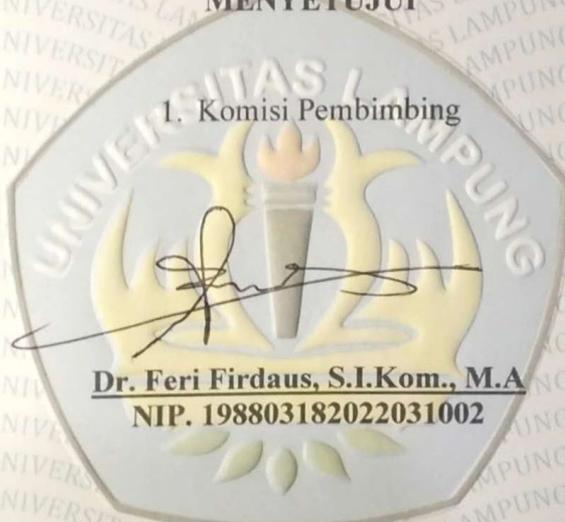
: Ilmu Komunikasi

Fakultas

: Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing



Dr. Feri Firdaus, S.I.Kom., M.A
NIP. 198803182022031002

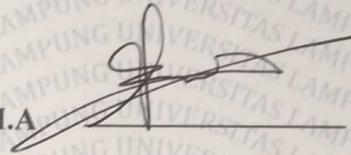
2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Agung Wibawa, S.Sos. I, M. Si
NIP. 19810926009121004

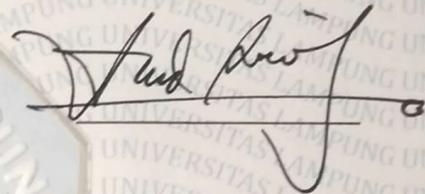
MENGESAHKAN

1. Tim Pengujji

Ketua : **Dr. Feri Firdaus, S.I.Kom., M.A**



Pengujji : **Ahmad Rudy Fardiyan, M. Si**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M. SI

NIP. 197608212000032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 31 Januari 2025

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Nama : Rafly Nugraha Chandra Perdana
NPM : 2016031049
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat : Bumi Agung Marga, RT/RW, 001/001, Desa Bumi Agung
Marga, Kecamatan Abung Timur
No. Hp : 085268729339

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Strategi Komunikasi Rahmat Mirzani Djausal Dalam Pemilihan Umum Legislatif 2024”**. Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuat oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 4 Februari 2025

Yang Membuat Pernyataan


Rafly Nugraha Chandra Perdana
NPM. 2016031049

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Rafly Nugraha Chandra Perdana dilahirkan di Bumi Agung Marga 01 Juni 2001. Penulis merupakan anak pertama dari 4 saudara dari pasangan bapak Rasyid Chandra dan Ibu Mila Santi Devi Yani

Penulis menyelesaikan pendidikan di TK RA. Tunas Harapan pada tahun 2007, SD Xaverius Kotabumi pada tahun 2013, SMP Negeri 7 Kotabumi pada tahun 2016, SMA Negeri 3 Kotabumi pada tahun 2019, pada tahun 2020 penulis diterima sebagai mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung melalui jalur seleksi bersama masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN). Serta penulis mengikuti kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada tahun 2023 selama 40 hari di Desa Kota Jawa Kecamatan Bengkuntat Pesisir Barat.

Selama menempuh perkuliahan penulis aktif berorganisasi di tingkat fakultas. Penulis aktif di lembaga pers mahasiswa Republica sebagai Kepala Bidang tata letak dan layout, Kepala Dinas Eksternal di BEM FISIP UNILA, serta melakukan magang di Dinas Kominfo Provinsi Lampung selama satu semester.

MOTTO

"Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat untuk orang lain."

(HR Ath-Thabari).

"Dimanapun kamu berada, Semangat Keislaman dan Keindonesiaan yang harus kau pegang teguh, Yakin Usaha Sampai"

(Lafran Pane)

Saya berasal dari sel yang menjadi pemenang

(Rafly Nugraha Chandra Perdana)

PERSEMBAHAN



Alhamdulillahirabbilalamin, telah engkau ridhoi ya Allah langkah hambaMu, sehingga skripsi ini pada akhirnya dapat diselesaikan di waktu yang tepat.

Teriring shalawat serta salam kepada nabi Muhammad SAW semoga kelak skripsi ini dapat memberikan ilmu yang bermanfaat

Dan

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada :

“Kedua Orang Tuaku Tercinta”

“Ayah dan Mamah”

Terima kasih atas doa restu, dukungan serta cinta dan kasih yang tiada habisnya untukku sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai tanda bakti selaku seorang anak yang tak akan mampu membalas segala jasa dan kebaikan kalian.

“Untuk adik-adikku”

“Rakha Chandra Gunawan, Raisya Azzahra Putri, dan Rasti Andira Saufa”

Terima kasih atas segala doa dan semangat yang telah kalian berikan.

Terima kasih untuk saudara-saudara seperjuangan semoga amal kebaikan yang telah dilakukan mendapat balasan dari Allah SWT.

Almamater tercinta Universitas Lampung

SANWACANA

Puji syukur terhadap zat yang telah ada sebelum kita ada dan akan tetap ada sampai kita tiada zat tersebut ialah Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah, sehingga penulis menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam penulis sanjung agungkan ke Nabi Besar Muhammad SAW sebagai suri tauladan dan pemimpin yang baik bagi kaumnya.

Skripsi yang berjudul **“Strategi komunikasi Rahmat Mirzani Djausal pada Pemilihan Umum Legislatif 2024”** sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Pada kesempatan ini penulis sampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini antara lain, yaitu :

1. Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si. selaku dekan FISIP Universitas Lampung sekaligus pembimbing akademik penulis. Penulis merasa di tengah kesibukan sebagai dekan beliau masih berkenan menyisihkan waktu untuk membimbing, berdiskusi dan tentunya memberikan masukan berharga serta berbagi pengalaman yang sungguh semakin melengkapi diri penulis.
2. Dr. Feri Firdaus S.I.Kom. M.A. adalah pembimbing utama dalam penulisan skripsi ini. Bimbingan yang diberikan merupakan sebuah bentuk perhatian yang menyeluruh demi kesempurnaan skripsi ini.
3. Ahmad Rudy Fardiyan, S. Sos. M.Si selaku dosen pembahas. Kritik konstruktif yang beliau sampaikan terhadap skripsi ini merupakan sesuatu yang sangat berarti dan semakin memberikan warna bagi skripsi ini.
4. Para dosen FISIP Universitas Lampung yang tidak mampu penulis sebutkan satu persatu yang masing-masing telah memberikan kontribusinya selama penulis menuntut ilmu dan beraktivitas di lembaga kemahasiswaan kampus tercinta.
5. Untuk Ayah dan Mamah, Meskipun Ayah dan Mamah telah melakukan banyak hal luar biasa bagi saya membesarkan saya dengan cinta kasih, saya ingin

mengucapkan terima kasih hanya untuk satu di antaranya, skripsi ini adalah persembahan saya untuk ayah dan mamah.

6. Ketiga Adikku, Rakha Chandra Gunawan, Raisya Azzahra Putri, Rasti Andira Saufa harus selalu semangat dengan niat untuk membanggakan kedua orang tua
7. Untuk Ucung dan Almarhumah Nyai, wejangan dari kalian membuat penulis menjalankan kehidupan kampus dengan sebaik baiknya.
8. Teruntuk Gubernur Provinsi Lampung, Kyai Rahmat Mirzani Djausal yang juga sebagai Narasumber Utama pada proses penelitian Skripsi ini, terimakasih atas kesediaannya memberi informasi dan insyaallah skripsi ini bisa bermanfaat untuk khalayak, Semoga dalam periode kepemimpinan kyai dapat membawa Provinsi Lampung menjadi lebih baik sesuai dengan visi dan misinya.
9. Kakanda yang terus sabar menasihati dan selalu menginginkan yang terbaik untuk penulis, Bang Imam Santosa, Bung Deki, Bung Arif, Bung Feri, kyai Mamau, Bang Robi Suliska, Bang Garinca, Bang Erik, Bang Robi Ruyuda, Yai Santori, Bang Vico, Yai Rosim, Bang Nick, Moral dan tanggung jawab adalah nilai utama yang mereka ajarkan Dan ini menjadi sesuatu yang penulis harus terus-menerus maknai, "Pantang Tugas tak Tuntas".
10. Para Kanda di komisariat yang telah membimbing dan mengarahkan layaknya mentor bagi penulis, Bang Nando, bang Fadil, bang Nendi, tum Edo, bung haya, bang Alex, bang Awan, bang Pedom, bang Alif, bang Geo, bang Ade, bung Jodi. Penulis merasakan interaksi yang telah terbangun dengan mereka menggambarkan realita kehidupan yang sesungguhnya.
11. Pemilik NPM 2056031018, yang setia menemani dikala gundah gulana dan menjadi saksi penulis sedari awal perkuliahan sampai selesai, dinamika di dalamnya menjadi sebuah pendewasaan bagi diri penulis, semoga kamu sehat selalu dan bisa menggapai cita-cita.
12. Untuk Abangda PB Jatinangor Yai Roni, Ahun, Kiteng, Om Pai, Tambun, Ungan, Ibal, Riyanda, Ivan, Auh, Pik, Alpa, Krisna, Nanda, Ali, Junis, Adi, Wahyu, Surya, Fajar, Sapi, Rido, Bas, Via Andriani, banyak hal yang telah

diajarkan terutama nilai-nilai dalam kehidupan yang membuat penulis semakin top dalam menjalani hubungan dengan orang lain, jasamu selalu terkenang takkan pernah lekang oleh waktu.

13. Sahabat "terbaik" komisariat angkatan 2020, Tum Iko, Zacky, Angun, Sabil, Rama, Efrilldo, Ainunsky, Yulisky, Taqi Yudin, Diska, Rayhan, Empat puluh Empat Purnama bergaul dengan mereka, memberi arti lebih dari sekedar persahabatan ; **KITA ADALAH KELUARGA !**
14. Rekan seperjuangan di jurusan ilmu komunikasi atas kesetiiaannya, Rofi, Ali, Rian, Chandra, Ubay, Tasbir, semoga kita bertemu di kesuksesan.
15. Adik-adik di komisariat, para pencari mutiara ilmu dan rahasia kebenaran yang tak berujung di ganasnya Harimau 18; Among, Farhan, Wahyu, Kinyau, Nasrul, Desta, Refina, Yanda, Ari, Tareh, Susil, Eja, Oyot, Alam, Relly, Dana, Ical, Doni, Ican, Marsel, Alfun, serta para kader militan lainnya, Terimakasih atas doanya dan teruslah berjuang demi kemajuan komisariat, Islam serta Indonesia.
16. Para calon pimpinan Lembaga Kampus, Ujang, Firza, Faliza, Kajo, Pia, Nji, Sabrenc, Irma, Ano, DP, Odol, Vion, Fakhir, serta yang tidak disebutkan murni karena keterbatasan ingatan, tetap semangat dan selamat berdinamika, selalu tegakkan nilai-nilai yang diajarkan di komisariat.
17. Kopi Cap Jempol ala Komsospol yang selalu memberi motivasi dan energi saat pengerjaan skripsi ketika penulis menyeruput lewat gelas berbentuk kelapa.
18. ***Last but Not Least, I wanna thank me** wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for, for never quitting, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times.*

Semoga segala kontribusi, baik materi dan moral kalian semua kepada penulis dapat balasan dari Allah SWT, dan penulis berharap skripsi ini akan dapat bermanfaat dan mempunyai kontribusi yang nyata kepada para intelektual dan akademisi.

Bandar Lampung, 4 Februari 2025

Rafly Nugraha Chandra Perdana

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Kerangka Pikir	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kajian Teoritis.....	15
2.3 Komunikasi	15
2.4 Politik	18
2.5 Komunikasi Politik.....	23
2.6 Strategi Komunikasi Politik	27
2.7 Partai Politik.....	31
2.8 Media Politik.....	33
III. METODE PENELITIAN	
3.1 Tipe Penelitian.....	37
3.2 Fokus Penelitian.....	37
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	38
3.4 Sumber Data.....	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6 Teknik Analisis Data.....	40
3.7 Teknik Keabsahan Data	42
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil	44
4.2 Pembahasan	54
4.2.1 Strategi Komunikasi Rahmat Mirzani Djausal Dalam Pemilihan Umum Legislatif Tahun 2024	54
4.2.2 Makna Ketokohan Konteks Sosial Politik Untuk Menarik Simpati Masyarakat Dalam Pemilihan Umum Legislatif Tahun 2024.....	56
4.2.3 Menciptakan Kebersamaan Dalam Lingkup Politik	

	Pemilihan Umum Legislatif 2024	64
4.2.4	Membangun Konsensus Dalam Pemilihan Umum Legislatif Yang Dilakukan Oleh Rahmat Mirzani Djausal.....	68

V. PENUTUP

5.1	Kesimpulan	75
5.2	Saran	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Rahmat Mirzani Djausal Melakukan Kampanye Menggunakan Media Sosial Berupa Berita Saat Kampanye	45
Gambar 2. Podast dengan Lampung Post mengenai strategi kemenangan Presiden Prabowo Subianto dan Rahmat Mirzani Djausal	46
Gambar 3. Pertemuan Musyawarah Menjelang Pemilihan Umum 2024 Partai Gerindra	47
Gambar 4. Kampanye Bertemu dengan Masyarakat lansia di Kota Bandar Lampung	48
Gambar 5. Menghadiri Acara Pelantikan Muslimat PC NU	48
Gambar 6. Kampanye Akbar Antara Tim Sukses Calon Presiden Dan Wakil Presiden dengan Rahmat Mirzani Djausal	49
Gambar 7. Dukungan Untuk Anak Muda Teris Berkarya Dan Belajar Melalui Media Sosial	50

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan kajian ilmu komunikasi saat ini terus meningkat secara luas. Kajian ilmu komunikasi yang mempengaruhi keadaan masyarakat, kini menuju kearah yang lebih modern dan berkembang dengan baik. Perkembangan tersebut dipacu oleh kemajuan ilmu, pengetahuan, dan teknologi kini menjadi pusat perhatian masyarakat secara luas karena melahirkan fenomena globalisasi dalam hal ini kepentingan individu, kelompok dan Negara dibawah kepentingan dunia secara menyeluruh. Dinamika keilmuan juga terus bergerak mulai dari tingkat kesejahteraan masyarakat, struktur demografi, politik, sosial, budaya, ekonomi, dan komunikasi sampai pada kekuasaan. Akibatnya struktur politik dan kekuasaan kini sulit untuk dipisahkan dari kegiatan publik terutama dalam sektor politik atau dalam hal ini yaitu dengan adanya pemilihan umum atau proses pergantian kepemimpinan.

Proses pergantian dalam politik ini perlu adanya strategi komunikasi ini dilakukan guna untuk melihat grafik dalam politik guna untuk melihat keberhasilan yang dilakukan dari tahun ke tahun, pada pemilihan umum legislatif tahun 2024 ada beberapa partai politik menunjukkan kenaikan dalam perolehan suara yang sangat cepat dan melambung tinggi jika dibandingkan dengan pemilihan umum tahun sebelumnya. Hal ini terjadi karena adanya gebrakan strategi komunikasi yang dilakukan oleh suatu partai politik dalam mencapai tujuannya.

Salah satu gebrakan strategi komunikasi memiliki beberapa tahapan dari pemilu yaitu kampanye merupakan usaha untuk mempengaruhi rakyat secara persuasif dengan melakukan kegiatan retorika, publik relasi, komunikasi massa, lobi dan lain-lain. Kampanye adalah bagian dari proses pemilu yang memiliki pengaruh terhadap hasil

pemilu. Kampanye bertujuan mendapatkan pencapaian dukungan, biasanya dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisir untuk melakukan strategi pencapaian dalam rangka untuk menyukseskan kampanye tersebut. Dalam rangka memenangkan perhitungan suara, berbagai upaya untuk memikat dan memperoleh suara diperbolehkan dan dilakukan, sepanjang tidak melanggar hukum resmi.

Upaya dan peran masyarakat sangat berpengaruh dalam menentukan pilihan wakil rakyatnya. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi partisipasi politik masyarakat adalah lingkungan sosial politik tidak langsung (sistem politik, ekonomi, budaya dan media massa), pengaruh lingkungan sosial politik langsung (keluarga, agama, sekolah dan kelompok pergaulan), pengaruh faktor kepribadian, dan pengaruh faktor lingkungan sosial politik berupa situasi keadaan lingkungan pemilih.

Dalam lingkungan sosial politik tentunya memiliki kepengurusan dari pimpinan pusat sampai pada tingkatan anak cabang (kecamatan). Salah satunya adalah partai Gerindra. Partai politik Gerindra memiliki kepengurusan sampai tingkatan PAC (pengurus anak cabang) yang berada juga di Lampung. Pada pemilu 2019 lalu ketua umum partai politik Gerindra Prabowo Subianto mencalonkan diri sebagai presiden. Walaupun kalah dalam pemilihan presiden, partai politik Gerindra masih memiliki kader yang berjuang untuk mendapatkan suara di lembaga legislatif.

Hal tersebut dibuktikan pada pemilihan umum serentak tahun 2019 dan 2024 salah satunya di Provinsi Lampung yang dilakukan pada tanggal 17 April 2019 dan pada tahun 2024 dilaksanakan pada Rabu 14 Februari 2024, ada beberapa tokoh politik yang mencalonkan diri sebagai anggota legislatif salah satunya yaitu Rahmad Mirzani Djausal Dapil Bandar Lampung dengan perolehan sudara sebanyak 14. 418 ia terpilih menjadi anggota DPRD pada tahun 2019 sesuai dengan hasil Keputusan Komisi Pemilihan Umum Provinsi Lampung NOMOR: 279/HK.03.1-Kpt/18/Prov/VIII/2019 tentang Penetapan Calon Terpilih Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi Lampung Dalam Pemilihan Umum Tahun 2019 (Komisi Pemilihan Umum

2019). Tidak hanya itu Rahmat Mirzani Djausal yang kerap disapa RMD juga menjadi ketua Fraksi Partai Politik Gerindra Provinsi Lampung. Ditahun 2024 RMD mencalonkan diri kembali menjadi anggota DPRD dan meraih suara teratas usai bertarung dalam Dapil 1 Kota Bandar Lampung dengan presentase suara 8,07% atau sebanyak 40.469 suara terlampir dalam Keputusan KPU Provinsi Lampung Nomor 56 tahun 2024 tentang Penetapan Hasil Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi Lampung Tahun 2024.

Dengan adanya kenaikan data pemilih ditahun 2019 dan tahun 2024 ini menunjukkan adanya keberhasilan komunikasi yang dilakukan RMD dalam melakukan komunikasi dengan masyarakat. Rahmat Mirzani Djausal merupakan calon anggota DPRD yang memiliki gaya kharismatik dalam memimpin, gaya berpolitik dengan merangkul *Gen Z* yang sekarang ini mulai diterapkan. RMD kerap menyuarakan tentang pengawasan dalam pemilihan umum dan mengawasi adanya dugaan pelanggaran dalam berkampanye, strategi yang digunakan RMD ditahun 2024 ini sangat berdampak dikalangan anak muda Lampung.

Dampak Rahmat Mirzani Djausal dalam stretegi komunikasinya yaitu dengan menjadikan pemilih muda sebagai target elektoralnya, karena partai Gerindra sangat merangkul *Gen Z* dan melibatkan secara langsung kegiatan-kegiatan diskusi secara langsung maupun secara daring. RMD juga secara aktif di media sosial dengan merangkul para konten kreator yang ada di Lampung untuk berinteraksi dengan khalayak publiknya yaitu anak muda, dan dalam berinteraksinya RMD menggunakan Bahasa yang santai yg milenial sehingga *Gen Z* merasa tidak mempunyai gap dengan partai Gerindra selaku partai politik.

Strategi komunikasi yang digunakan RMD dengan merangkul *Gen Z* ini yang dapat mendongkrak perolehan suara pada pemilihan DPRD tahun 2024, memainkan peran penting seperti konsolidasi partai dan *branding image* tokoh muda menjadi citra positif di masyarakat khususnya kalangan anak muda. *Branding image* yang

dilakukan RMD dengan *Gen Z* salah satunya yaitu mendukung anak muda berkeaktifitas dalam bentuk karya *Helloword* yang merupakan fotografi dan videografi yang dikerjakan oleh profesional dibidangnya dengan menyediakan studio foto indoor dan outdoor bergaya *Instagramable* (Lampung 2021).

Strategi marketing tersebut untuk memenangkan pemilu tahun 2024 adalah melalui rekrutmen tim sukses, infrastruktur partai, dan memanfaatkan situasi menguatnya partai. Strategi untuk membangun basis melalui kampanye dan komunikasi. Kampanye tersebut meliputi kampanye jangka pendek dan jangka panjang. Kampanye jangka pendek dilakukan saat menjelang pemilu dan kampanye jangka panjang dilakukan pasca pemilu untuk membangun dan mempertahankan pendukung melalui program kerja. Komunikasi politik dilakukan secara langsung dengan mengadakan pertemuan-pertemuan dengan masyarakat atau konstituen. Dalam memimpin partai Gerinda RMD lebih memaksimalkan dalam menjalankan program kerja yang langsung dekat dengan Masyarakat dan anak muda, dan memanfaatkan penggunaan media untuk mendukung kampanye pada pemilu selanjutnya.

Strategi komunikasi yang dilakukan RMD selain merangkul *Gen Z* juga berkampanye melalui media sosial seperti Tik Tok, Instagram, Facebook dan media sosial lainnya, dan mengikuti gaya berkampanye Prabowo Gibran menggunakan pakaian berwarna biru dan memiliki visi dan misi yang sama lebih memudahkan RMD untuk melaksanakan program kerja yang sudah diusung Prabowo Gibran yaitu memberi makan siang dan susu gratis di sekolah, Meningkatkan produktivitas pertanian, Kartu kesejahteraan, Pembangunan desa dan pemberian Bantuan Langsung Tunai (BLT), pemeriksaan gratis, Membangun dan memperbaiki sekolah, Menaikkan gaji Aparatur Sipil Negara (ASN), Mendirikan Badan Penerimaan Negara.

Dari strategi komunikasi yang dilakukan oleh RMD dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan perolehan suara dan kemajuan yang pesat dari strategi yang digunakan RMD, hal tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi memiliki peran penting

yang harus digunakan oleh Rahmat Mirzani Djausal dalam meraih suara masyarakat terutama dikalangan anak muda. Ditahun 2024 Rahmat Mirzani Djausal dirangkul calon Presiden dan wakil Presiden yang memiliki daya tarik sendiri dimata masyarakat dan juga banyak melibatkan anak muda didalamnya, dalam artian memiliki kesamaan dalam menentukan strategi yang pas dalam menghadapi perkembangan digitalisasi saat ini.

Berbeda dengan strategi kampanye yang dilakukan RMD di tahun 2019 yang masih mengutamakan kampanye blusukan bersama masyarakat langsung yang dimiliki oleh RMD baik dilakukan sebelum pemilihan maupun sesudah terpilihnya menjadi anggota DPRD di tahun 2019, RMD merasa kuat dengan *Personal Branding* nya dan mulai mencoba untuk menambah strategi komunikasi saat pemilihan umum serentak tahun 2024, dan di tahun 2024 RMD meraih suara terbanyak ke dua dan terpilih kembali menjadi anggota DPRD tahun 2024.

Pentingnya pemimpin dan tokoh masyarakat dalam membangun komunikasi yang efektif dalam organisasi, kelompok, atau masyarakat. Ketiga konsep ini merupakan bagian dari strategi komunikasi yang bisa menjaga keharmonisan dan keutuhan dalam suatu kelompok atau organisasi, menurut Anwar Arifin dalam bukunya menerangkan bahwa ada beberapa hal yang dilakukan dalam melakukan komunikasi yaitu dengan merawat ketokohan yaitu merawat ketokohan bukan hanya tentang mempertahankan citra atau reputasi, tetapi juga bagaimana pemimpin atau tokoh tersebut membangun kepercayaan, memberikan contoh, dan menjadi sumber inspirasi bagi anggotanya. Pemimpin yang mampu merawat ketokohnya akan mampu bertahan di tengah tantangan yang ada dan tetap mampu memimpin dengan bijaksana, menciptakan kebersamaan yaitu melibatkan komunikasi yang efektif dan pemimpin yang mampu mendengarkan, menghargai perbedaan, dan melibatkan semua anggota dalam pengambilan keputusan. Kebersamaan dalam kelompok akan mendorong individu untuk saling bekerja sama, berbagi ide, dan berkontribusi secara maksimal bagi

tujuan kelompok, membangun konsensus menurut Anwar Arifin yaitu membangun konsensus adalah bagian dari proses komunikasi yang sangat penting, karena dengan membangun kesepakatan bersama, kelompok akan lebih solid dan lebih berkomitmen terhadap pelaksanaan keputusan. Konsensus juga berfungsi untuk menciptakan harmonisasi antar anggota kelompok serta memperkuat legitimasi keputusan yang diambil (Anwar Arifin, 2011).

Merawat ketokohan, menciptakan kebersamaan, dan membangun konsensus menurut Anwar Arifin adalah bagian penting dari strategi komunikasi dalam kepemimpinan. Ketiga elemen ini bukan hanya berperan dalam menciptakan hubungan yang harmonis dalam kelompok atau organisasi, tetapi juga mendukung keberhasilan mencapai tujuan bersama. Pemimpin yang berhasil merawat ketokohnya, menciptakan kebersamaan, dan membangun konsensus akan mampu mengarahkan kelompok atau masyarakat dengan lebih efektif dan sukses.

Komunikasi tidak hanya hubungan dalam membangun hubungan antar individu, tapi diantaranya hubungan lembaga pemerintah legislatif dan eksekutif. Sebagai sumber yang berperan dalam komunikator diantaranya, seperti Presiden, menteri, anggota DPR, MPR, KPU, Gubernur, bupati atau walikota, dan lembaga swadaya masyarakat, serta kelompok yang mampu melakukan presur politik kepada pemerintah (Sudianto, 2006 : 5).

Salah satu strategi komunikasi yang sering digunakan oleh orang yang mempunyai kepentingan dalam publik yaitu untuk mengikuti perkembangan dikalangan anak muda yaitu strategi untuk menumbuhkan daya tarik masyarakat terutama anak muda untuk memilih pasangan calon legislatif saat berkampanye. Hal ini merupakan suatu upaya memengaruhi khalayak.

Dalam konteks ini pemahaman mendalam tentang cara strategi komunikasi politik dapat membentuk dan mempengaruhi opini publik menjadi sangat relevan. Penelitian

dan analisis yang teliti mengenai strategi komunikasi yang efektif, peran media massa, serta dampak teknologi informasi dalam membentuk persepsi masyarakat dapat menjadi landasan penting dalam menyongsong Pemilu legislatif tahun 2024. Upaya pendongkrakan popularitas dan elektabilitas dipaksa berkejaran dengan deadline tahapan-tahapan politik yang diputuskan oleh penyelenggara pemilihan. Komunikasi kampanye melalui iklan politik harus dirancang dengan seksama, sistematis, dan efektif dengan Manajemen kampanye yang baik.

Untuk memperdalam strategi komunikasi yang digunakan oleh Rahmat Mirzani Djausal pada pemilihan umum legislatif tahun 2024 maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan mengadopsi konsep strategi komunikasi dari Arifin Anwar untuk melihat bagaimana Merawat Ketokohan dan Memantapkan Kelembagaan, Menciptakan Kebersamaan dan Membangun Konsensus dalam strategi komunikasi yang dilakukan Rahmat Mirzani Djausal dalam berkampanye dan mendekati diri dengan masyarakat. Untuk memberikan pengaruh tersendiri terkait komunikasi yang dijalankan untuk mencapai tujuan dan sasarannya. Dengan adanya hal tersebut peneliti memilih judul “Strategi Komunikasi Rahmat Mirzani Djausal Dalam Pemilihan Umum Legislatif Tahun 2024”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas tersebut maka peneliti mengambil rumusan masalah yaitu Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Rahmat Mirzani Djausal dalam pemilihan umum legislatif tahun 2024 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh Rahmat Mirzani Djausal dalam pemilihan umum legislatif tahun 2024.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat dibagi menjadi beberapa manfaat yaitu secara akademisi dan secara praktis, sehingga penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu sebagai berikut :

1.4.1 Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, wawasan dan pengetahuan tentang strategi komunikasi yang dilakukan oleh Rahmat Mirzani Djausal pada pemilihan umum legislatif tahun 2024. Dan diharapkan menjadi salah satu referensi pengetahuan yang secara teoritis dapat di temukan di perkuliahan.

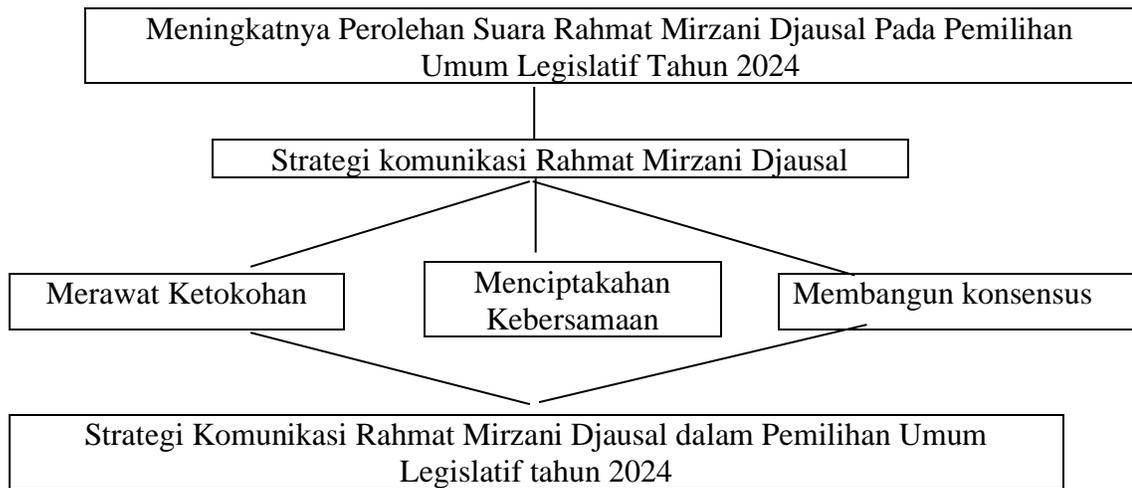
1.4.2 Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan acuan penelitian selanjutnya, dan dapat memberikan kontribusi baru untuk mahasiswa dan bermanfaat serta menambah ilmu pengetahuan dan pemberdayaan Universitas Lampung Fakultas Ilmu Komunikasi. Membantu memberikan gambaran yang berkaitan dengan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Rahmat Mirzani Djausal untuk pemilihan umum berikutnya, dengan cara memaksimalkan strategi komunikasi yang dapat menambah dukungan suara dari masyarakat.

1.5 Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan diartikan sebagai rancangan. Pemikiran diartikan sebagai suatu ide atau gagasan yang dimiliki seseorang untuk dituangkan kedalam sebuah diskusi atau penelitian. Oleh karena itu, kerangka pemikiran adalah Gagasan dimana yang didasari teori, fakta, observasi, serta kajian pustaka yang dilakukan secara empiris, dan sistematis. Penelitian ini dilatar belakangi dengan adanya peningkatan suara Rahmat Mirzani Djausal dalam pemilihan umum Legislatif 2024, perolehan suara yang melonjak tinggi ini tentunya memiliki strategi komunikasi yang baik antara Rahmat Mirzani Djausal, tim sukses dan Masyarakat yang berpartisipasi. Strategi komunikasi yang dipilih ini cukup strategis untuk meningkatkan pendukungnya, tanpa disadari tim sukses Rahmat Mirzani Djausal telah melakukan

strategi komunikasi dari teori Anwar Arifin yaitu dengan merawat ketokohan, menciptakan kebersamaa, dan membangun konsensus.



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu memuat topik yang relevan digunakan sehingga penting sebagai landasan dan bahan referensi untuk membantu peneliti melakukan penelitian saat ini.

Hasil pencarian dari beberapa penelitian terkait diuraikan sebagai berikut :

No	Aspek Penelitian	Keterangan
1	Judul	Strategi Komunikasi Paslon Prabowo Gibran dalam Meningkatkan Kesadaran dan Partisipasi Gen Z dan Milenial dalam Pemilu 2024
	Tahun	2024
	Peneliti	Nadya Hapsari Thrisianingsih Sukandar, Firmansyah, Yan Ridwan Putra Pamungkas, Dan Wismayanti Ginasari
	Metode Penelitian	Pendekatan Observasi
	Hasil	Prabowo dan Gibran berhasil mencuri perhatian masyarakat melalui serangkaian keputusan mereka, mulai dari branding 'gemoy' hingga kampanye iklan yang kreatif. Salah satu kampanye iklan mereka yang banyak diperbincangkan di media sosial adalah penggunaan AI dalam pembuatan konten. Ini berhasil menggemparkan berbagai platform media sosial. Adanya perubahan lingkungan eksternal mendorong tim pemenang pasangan calon ini harus mengikuti perkembangan yang ada. Penggunaan AI dalam kampanye iklannya merupakan sebuah langkah yang dinilai cukup efektif karena mampu meningkatkan kesadaran masyarakat, khususnya masyarakat muda, terhadap pasangan calon ini (Sukandar et al. 2024).

	Persamaan	Persamaan dari kedua penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang strategi komunikasi yang dilakukan dengan adanya kontribusi kalangan <i>Gen Z</i> .
	Perbedaan	perbedaan dari keduanya yaitu penulis meneliti mengenai strategi komunikasi dalam meningkatkan kesadaran <i>Gen Z</i> dan milenial dalam pemilihan umum 2024, sedangkan peneliti Amalia Izzati meneliti tentang strategi komunikasi Rahmat Mirzani Djausal dalam pemilihan umum 2024.
	Kontribusi	Kontribusi penelitian terdahulu ini dapat memeberikan gambaran mengenai strategi komunikasi yang dilakukan tokoh milenial dalam pemilihan umum 2024.
2	Judul	Strategi Komunikasi Partai Gerindra dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Muda melalui Media Sosial Twitter pada Pemilu Tahun 2024
	Tahun	2024
	Peneliti	Faisal Muqtadir Tamim
	Metode	Pendekatan kualitatif bersifat deskriptif
	Hasil	Strategi komunikasi dengan menjadikan pemilih muda sebagai target elektoralnya, karena partai gerindra sangat merangkul anak muda dan melibatkan secara langsung kegiatan kegiatan diskusi seccara langsung maupun secara daring. Partai gerindra juga secara aktif di media sosial

		twitternya berinteraksi dengan khalayak publiknya yaitu anak muda, dan dalam berinteraksinya partai gerindra menggunakan Bahasa yang santai yg milenial banget lah sehingga anak muda merasa tidak mempunyai gep dengan partai gerindra selaku partai politik (Tamim 2023).
	Persamaan	keduanya menggunakan strategi komunikasi untuk memeanangkan partainya dalam pemilihan umum.
	Perbedaan	perbedaannya yaitu penulis focus pada startegi komunikasi yang dilakukan partai politik dalam mempengaruhi daya pilih masyarakat, sedangkan peneliti Faisal Muqtadir Tamim meneliti tentang startegi komunikasi untuk meningkatkan partisipasi pemilih muda.
	Kontribusi	Kontribusi penelitian terdahulu ini dapat memberikan gambaran tentang stertegi komunikasi yang dilakukan partai politik.
3	Judul	Strategi Komunikasi Calon Legislatif Partai Amanat Nasional (PAN) Dalam Menjalin Hubungan Dengan Konstituen Di Kabupaten Sumbawa
	Tahun	2024
	Peneliti	Tri faezatunnisa dan Abbyzar Aggasi
	Metode	Deskriptif kualitatif
	Hasil	Setiap strategi pasti memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing. Pendekatan langsung dengan cara interaksi personal memberikan kedalaman pemahaman dengan lebih baik,

		sedangkan dengan pendekatan media sosial menawarkan cangkupan yang lebih luas. Untuk rekomendasi, integrasi dari kedua strategi ini dapat menjadi solusi yang efektif. Kombinasi antara interaksi personal yang membangun dan dengan media sosial yang mencakup lebih luas dapat memberikan dampak yang lebih besar dalam menjalin hubungan yang kuat dengan konstituen (Tri faezatunnisa 2024).
	Persamaan	Keduanya meneliti strategi komunikasi yang dilakukan oleh salah satu untuk memeng dalam berkampanye.
	Perbedaan	Peneliti terdahulu meneliti tentang strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh partai PAN, sedangkan penelitian ini meneliti tentang strategi komunikasi partai Gerinda pada pemilihan umum tahun 2024.
	Kontribusi	Kontribusi penelitian terdahulu ini memberikan gambaran mengenai strategi komunikasi yang dilakukan partai politik untuk memenangkan partainya dalam kampanye.
4	Judul	Strategi Komunikasi dalam Wacana Penundaan Pemilu 2024 dan Perpanjangan Masa Jabatan Presiden
	Tahun	2023
	Peneliti	Edison Bonar Tua Hutapea, Doddy Dwi Nugroho, dan Yayan Hidayat
	Metode	Kualitatif

	Hasil	<p>Peneliti meyakini bahwa wacana penundaan pemilu dan perpanjangan masa jabatan presiden muncul dengan proses perencanaan komunikasi yang matang dan memenuhi unsur POAC atau <i>planning</i> yang disebut dengan (perencanaan), <i>organizing</i> (pengorganisasian), <i>actuating</i> (penggerakan/pengarahan) dan <i>controlling</i> (pengendalian). Kepentingan utama dari penggiringan opini publik terkait wacana ini adalah upaya untuk mempertahankan pengaruh dan kekuasaan. Model strategi komunikasi yang digunakan pun adalah model strategi yang interperatif dimana wakil dari organisasi/pemerintah menyampaikan pengertian yang dimaksudkan dalam hal ini adalah penundaan pemilu dan perpanjangan masa jabatan Presiden untuk memotivasi para pihak yang terkait dalam kepentingannya. Model strategi ini difokuskan untuk meraih dukungan masyarakat yang bertujuan untuk mengarahkan khalayak guna dapat melihat isu yang diwacanakan, mempertimbangkan, kemudian masuk ke dalam substansi pesan yang hendak dibangun (Hutapea, Dwi Nugroho, dan Hidayat 2022).</p>
	Persamaan	Persamaan dari kedua peneliti ini yaitu keduanya sama-sama meneliti tentang strategi komunikasi
	Perbedaan	Perbedaan terdahulu lakukan dengan menganalisis Wacana Penundaan Pemilu 2024 dan

		Perpanjangan Masa Jabatan Presiden, sedangkan penelitian ini meneliti tentang komunikasi yang dilakukan Rahmad Mirzani Djausal dalam pemilihan umum tahun 2024.
	Kontribusi	Kontribusi penelitian terdahulu ini memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang pesan yang terdapat dalam strategi komunikasi yang akan dilakukan.

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Komunikasi

Komunikasi merupakan kegiatan yang dominan dalam kehidupan sehari-hari, namun hal tersebut yang membuat sulit untuk mendefinisikan komunikasi dari berbagai persepsi. Komunikasi menurut Terry dan Franklin adalah seni mengembangkan dan mendapatkan pengertian diantara orang-orang. Komunikasi adalah proses menukar informasi dan perasaan diantara dua orang atau lebih dan penting bagi manajemen efektif (Syaroh and Lubis, 2020).

Selain dari definisi diatas dikutip dalam buku Dan Nimmo yang berjudul komunikasi politik bahwa definisi komunikasi yaitu pengalihan informasi untuk memperoleh tanggapan. Pengoordinasikan makna antara seseorang dan khakayak, saling berbagi informasi, gagasan atau sikap, saling berbagi unsur prilaku atau modus kehidupan, melalui suatu perangkat-perangkat aturan. Komunikasi bukan sekedar penerusan informasi dari satu sumber kepada publik yang menggunakan gagasan informasi yang diberikan dengan simbol, slogan, atau tema pokok dalam komunikasi yang menghubungkan dua orang atau lebih (Dan Nimmo, 2005, 5).

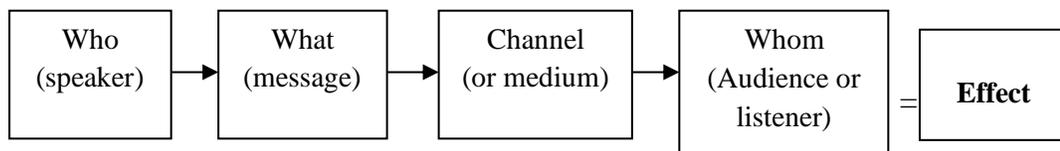
Dalam buku karangannya yang berjudul “Dinamika Komunikasi”, Onong Uchjana Effendy berpendapat bahwa pengertian komunikasi harus dilihat dari dua sudut

pandang, yaitu pengertian secara umum dan pengertian secara paradigmatis. Pengertian komunikasi secara umum itupun harus juga dilihat dari dua segi, yaitu pengertian komunikasi secara etimologis dan pengertian komunikasi secara terminologis. Secara etimologis, komunikasi berasal dari bahasa Latin *communicatio* yang bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Kata sama yang dimaksudkan adalah sama makna. Jadi dalam pengertian ini, komunikasi berlangsung manakala orang-orang yang terlibat di dalamnya memiliki kesamaan makna mengenai suatu hal yang tengah dikomunikasikannya itu. Dengan kata lain, jika orang-orang yang terlibat di dalamnya saling memahami apa yang dikomunikasikannya itu, maka hubungan antara mereka bersifat komunikatif (Nurhadi dan Kurniawan 2017).

Dari beberapa pengertian di atas penulis menyimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses seorang komunikator menyampaikan pesan yang berupa ide, gagasan, pemikiran kepada komunikan melalui media tertentu yang efisien untuk memberikan pengertian atau makna yang sama terhadap komunikan sehingga komunikan memperoleh pengaruh dan mengalami perubahan tingkah laku yang sesuai dengan komunikator.

Secara terminologis, komunikasi adalah proses penyampaian suatu pernyataan seseorang kepada orang lain. Pengertian ini memberikan pemahaman kepada kita bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang atau manusia, sehingga komunikasi seperti ini disebut sebagai *Human Communication* (komunikasi manusia). Sedangkan pengertian secara paradigmatis, meskipun banyak definisi yang dikemukakan oleh para ahli, namun dari semua definisi itu dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku, baik langsung (komunikasi tatap muka) maupun tidak langsung (komunikasi melalui media). Dari definisi tersebut tersimpul bahwa tujuan komunikasi dalam pengertian *paradigmatic* adalah untuk mendapatkan efek tertentu pada komunikan.

Model komunikasi Harold Laswell tahun 1948 yang menggambarkan proses komunikasi dan fungsi-fungsi yang diemban dalam masyarakat. Penggambaran komunikasi menurutnya “cara yang baik dalam menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan (*who say what in which channel to whom with what effect*) atau siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dan dengan pengaruh bagaimana” (Hafied 2009).



Komunikasi dapat dijelaskan sebagai proses dimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan melalui berbagai media atau saluran komunikasi lainnya dengan tujuan untuk memicu efek tertentu. Dalam hal ini komunikator berperan sebagai pengirim pesan, komunikan sebagai penerima, sementara media atau saluran komunikasi menjadu alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan tersebut, sehingga dapat dikatakan bahwa komunikasi merupakan elemen yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia, baik dalam hal individu maupun dalam kelompok.

Dari bagan yang terlampir diatas menyebutkan bahwa adanya komunikasi yang berlangsung yaitu pemberi pesan yang memiliki banyak informasi yang akan disampaikan dalam khalayak ramai, pesan yang disampaikan memiliki pesan dari apa yang disampaikan oleh komunikan, setelah adanya komunikan yang siap untuk memberikan pesan maka dalam komunikasi perlu adanya pendengar sehingga dalam komunikasi menimbulkan efek atau yang biasa disebut dengan hasil dari komunikasi yang dilakukan antara komunikan dan audience atau pendengan yang sering disebut khalayak ramai yang kemudian diambil pesan dalam penyampaian komunikan yang dapat digunakan untuk kehidupan bermasyarakat.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses interaksi dengan penyampaian pesan oleh individu ke individu atau kelompok dengan kelompok dengan menggunakan media sebagai perantara menyampaikan pesan secara langsung maupun tidak, pertukaran pesan antar kelompok dan individu memiliki makna yang terbentuk dari cerita kedua belah komunan yang dilakukan melalui menggunakan symbol dan kata-kata berbentuk informasi dan ekspresi yang mendalam dari pemahaman dan persepsi individu atau kelompok. Sehingga komunikasi ini menjadi landasan utama dalam menganalisis strategi komunikais partai politik yang dilakukan oleh Rahmad Mirzani Djausal dalam pemilihan umum 2024.

Komunikasi yang diartikan penulis sebagai rancangan dan sebuah ide yang disusun agar sebuah proses penyampaian pesan kepada orang lain dapat terorganisir dan bisa langsung memahami pesan tersebut serta memberikan umpan balik yang baik. Komunikasi yang dimaksudkan penulis ini merujuk pada komunikasi yang dilakukan individu dan kelompok yang memberikan dampak diatara keduanya. Komunikasi harus memiliki timbal balik antara komunan dan penerima informasi atau khalayak umum yang dapat dikonsumsi untuk membangun pola pikir yang ada dimasyarakat.

2.2.2 Politik

Sejarah asal mula kata politik berasal dari bahasa Yunani yaitu “Polis” yang berarti kota berstatus Negara. Istilah politik diartikan dengan berbagai macam kegiatan yang merupakan tujuan dari sistem itu dan dilaksanakan. Secara umum politik adalah ilmu yang mengkaji tentang hubungan kekuasaan, baik sesama warga Negara, antar warga Negara dan Negara, maupun hubungan Negara. Dalam pengertian umum politik berarti bermacam-macam kegiatan dalam suatu sistem politik (negara) yang menyangkut proses menentukan tujuan-tujuan dari sistem itu dan melaksanakan tujuan-tujuan itu.

Menurut Aristoteles politik merupakan upaya atau cara untuk memperoleh sesuatu yang dikehendaki. Andrew Heywood Politik ialah kegiatan suatu bangsa yang bertujuan untuk membuat, mempertahankan serta mengamandemen peraturan-peraturan umum yang mengatur kehidupannya, yang artinya tidak dapat terlepas dari gejala konflik dan kerjasama. Joice Mitchel Pengertian politik adalah pengambilan keputusan kolektif atau pembuatan kebijaksanaan umum masyarakat seluruhnya.

Miriam Budhiarjo menerangkan bahwa politik merupakan macam-macam kegiatan dalam suatu sistem politik (Negara) yang menyangkut proses menentukan dari tujuan-tujuan dari sistem itu dan melaksanakan tujuan-tujuan itu. Dalam bahasa yang lebih mudah dipahami, dapat dikatakan bahwa politik adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan negara maupun proses pengambilan keputusan ketatanegaraan. Menurutnya terdapat lima konsep dasar dalam politik yaitu :

- a. Negara (*state*)
- b. Kekuasaan (*Power*)
- c. Pengambilan Keputusan (*decision making*)
- d. Kebijakan (*policy, beleid*)
- e. Pembagian (*distribution*) atau alokasi (*allocation*)

Politik pada dasarnya merupakan suatu fenomena yang berkaitan dengan manusia yang selalu hidup bermasyarakat. Pada kodratnya ia adalah makhluk sosial yang selalu hidup dinamis dan berkembang. Karena itulah politik selalu merupakan gejala yang mewujudkan diri manusia dalam rangka proses perkembangannya. Karena manusia adalah inti utama dari politik, maka apapun alasannya pengamatan atau telaah politik tidak begitu saja meninggalkan faktor manusia.

Dalam hal ini Deutsch mengatakan *Politization is making things political* (politisasi adalah membuat segala sesuatu menjadi politik). Tidak dapat dihindari dari di

kehidupan masyarakat suatu masalah akan berubah menjadi masalah politik pada saat pemerintah dilibatkan untuk memecahkannya atau melibatkan diri guna memecahkannya, dan hal ini untuk memecahkan persoalan sosial disebut sebagai aktivitas politik dan pula sebaliknya mengagalkan usaha pemerintah ikut campur dalam memecahkan satu masalah sosial disebut juga aktivitas politik (Nambo dan Puluhuluwa 2005).

Beberapa keterangan-keterangan diatas, dapat diketahui bahwa politik menurut pendapatnya tidak terbatas pada kegiatan yang berhubungan dengan pengambilan keputusan (*decision making*) dan kebijakan umum (*public policies*) seperti pendapat Miriam Budiardjo, tetapi juga mencakup pula kegiatan-kegiatan yang bertujuan mengadakan perubahan struktur masyarakat seperti pergeseran kekuasaan politik dari satu rezim ke rezim lain.

Sedangkan untuk melaksanakan fungsi yang ada politik memerlukan kegiatan-kegiatan politik sebagaimana telah diuraikan Gabriel A, Almond yaitu fungsi-fungsi politik dalam dua kategori yaitu fungsi-fungsi masukan (*input function*) dan fungsi-fungsi keluaran (*output function*). Fungsi-fungsi masukan (*input function*) adalah fungsi yang sangat penting dalam menentukan cara kerjanya sistem dan yang diperlukan untuk membuat dan melaksanakan sistem politik, fungsi tersebut antara lain yaitu :

a. Sosialisasi Politik

Sosialisasi antara lain berarti proses sosial yang memungkinkan seseorang menjadi anggota kelompoknya. Oleh karena itu ia mempelajari kebudayaan kelompoknya dan peranan dalam kelompok. Jadi dengan demikian sosialisasi politik adalah merupakan proses sosial yang menjadikan seseorang anggota masyarakat memiliki budaya politik kelompoknya dan bersikap serta bertindak sesuai dengan budaya politik tersebut, dan sosialisasi dilakukan oleh semua unsur dalam masyarakat, misalnya lingkungan pergaulan dan pekerjaan, media massa,

keluarga dan sekolah, juga instansi resmi. Dengan demikian kebudayaan politik dapat berkembang dan terpelihara sampai pada generasi berikutnya.

b. Rekrutmen Politik

Rekrutmen politik dimaksudkan adalah proses seleksi warga masyarakat untuk menduduki jabatan politik dan administrasi. Menurut Gabriel A. Almont setiap sistem politik mempunyai cara tersendiri dalam merekrut warganya untuk menduduki kedudukan politik dan administrasi.

c. Artikulasi Kepentingan

Fungsi ini merupakan suatu proses penentuan kepentingan yang dikehendaki dari sistem politik. Hal ini rakyat menyatakan kepentingan mereka kepada lembaga-lembaga politik dan pemerintahan dengan melalui kelompok kepentingan yang dibentuk bersama dengan orang lain yang memiliki kepentingan yang sama, kadang-kadang rakyat secara langsung menyatakan keinginannya kepada pejabat pemerintahan.

d. Agresi Kepentingan

Fungsi ini adalah proses perumusan alternatif dengan jelas dengan jalan penggabungan atau penyesuaian kepentingan yang telah diartikulasikan atau dengan merekrut calon-calon pejabat yang menganut politik kebijaksanaan tertentu.

e. Komunikasi Politik

Fungsi ini merupakan alat untuk penyelenggaraan fungsi-fungsi lainnya. Artinya pihak lain mengambil bagian dalam sosialisasi politik dengan menggunakan komunikasi.

Fungsi-fungsi keluaran (*output functions*), meliputi fungsi-fungsi pembuatan aturan, pelaksanaan aturan dan pengawasan azas pelaksanaan aturan-aturan. Ketiga fungsi ini oleh Gabriel A. Almond sebagai fungsi-fungsi pemerintahan dan tidak dibahas lebih lanjut karena pertimbangan ketidakpastian struktur formal pemerintahan umumnya

Negara non barat dan penyimpangan besar dalam penyelenggaraan fungsi-fungsi pemerintahan dari konstitusi.

Fungsi politik secara luas menyebutkan bahwa adanya aktivitas yang melibatkan beberapa elemen masyarakat untuk mewujudkan fungsi kepentingan dalam berpolitik yang tidak dapat dilewatkan, keseluruhan aktivitas politik memerlukan keputusan mengenai apa yang menjadi tujuan dari sistem politik atau Negara yang tidak dapat dipisahkan dari pemilihan antara beberapa alternative dan urutan prioritas. Sedangkan dalam pelaksanaan tujuan politik diperlukan kebijakan umum yaitu peraturan yang perlu diingat bahwa untuk menentukan kebijakan umum, pengaturan, pembagian, alokasi sumber yang ada diperlukan adanya kekuasaan dan kewenangan.

Kebijakan umum menurut penulis dalam konteks memahami politik perlu dipahami beberapa kunci, antara lain kekuasaan politik, legitimasi, sistem politik, perilaku politik, partisipasi politik, proses politik, dan juga tidak kalah pentingnya untuk mengetahui seluk beluk tentang partai politik. Jadi dapat dipahami bahwa politik merupakan seperangkat alat yang digunakan dalam menjalankan roda kekuasaan yang memiliki sistem yang saling mengaitkan antara rumusan kebijakan dan kelangsungan hidup masyarakat yang ada di dalamnya.

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa politik merupakan aktivitas dari berbagai kelompok salah satunya partai politik terhadap kelompok dan individu yang memiliki peran dalam proses pembentukan kebijakan dan pengambilan keputusan disuatu Negara. Politik tidak hanya alat untuk mencapai tujuan namun juga merupakan perantara menuju kekuasaan otoritas, dan pengambilan keputusan. Sebagaimana halnya dengan penelitian ini yang menjadikan politik sebagai salah satu kajian dalam bidang komunikasi yang melibatkan individu dan kelompok dan menimbulkan efek komunikasi yang kompleks antar aktor partai politik Gerindra dengan capaian target masyarakat untuk mencapai kekuasaan dan pengambilan keputusan dalam pemerintahan.

2.3 Komunikasi Politik

Komunikasi politik adalah komunikasi yang melibatkan pesan yang berisi politik, partai politik, atau kekuasaan, pemerintah, atau kebijakan pemerintah. Dengan pemahaman tersebut, komunikasi politik sebagai ilmu terapan bukanlah hal baru. Komunikasi politik biasa berisi pesan yang mempengaruhi orang lain dalam memilih suatu hal atau pun menganggap seseorang tersebut yakin akan seorang pemeran politik tersebut (Kustiawan, 2022).

Komunikasi dan politik menjadi komunikasi politik memiliki dua titik yaitu pembicaraan dan pengaruh atau memengaruhi. Politik merupakan komunikasi karena sebagian besar kegiatan politik dilakukan dengan pembicaraan sebagai salah satu bentuk komunikasi. Sebaliknya komunikasi adalah politik karena hampir semua komunikasi bertujuan memengaruhi sebagai salah satu dimensi yang ada dalam politik, justru itu yang dapat dirumuskan bahwa politik merupakan pembicaraan yang bertujuan memengaruhi dalam kehidupan bernegara (Anwar Arifin, 2011: 8).

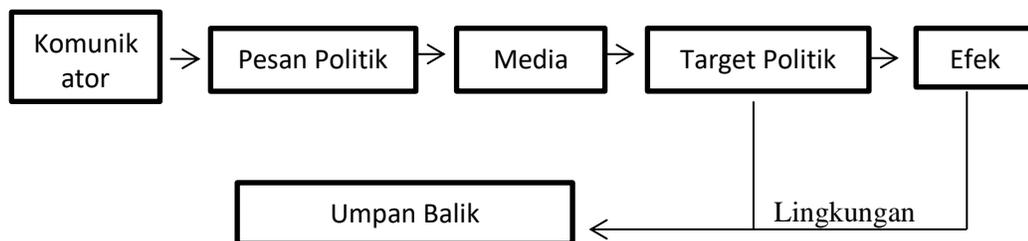
Komunikasi politik bukan hanya komunikasi dari aktor politik kepada yang akan memilih mereka, tetapi juga komunikasi dari pemilih dan para pembuat surat kepada politisi dengan tujuan untuk mencapai tujuan tertentu, serta komunikasi tentang aktor politik dan aktivitas mereka, sebagaimana terdapat pada berita, editorial, dan bentuk diskusi politik media lainnya.

Komunikasi politik itu diketahui merupakan salah satu saja dari sebanyak tujuh fungsi yang ada dalam suatu sistem politik. Komunikasi politik sendiri berarti sesuatu yang berfungsi untuk menghubungkan sistem politik yang hidup dalam, baik pikiran interen golongan, instansi, asosiasi, maupun sektor kehidupan politik pemerintah.

Politik adalah siapa memperoleh apa, kapan, dan bagaimana, pembagian nilai yang berwenang kekuasaan dan pemegang kekuasaan, serta pengaruh tindakan yang diarahkan untuk mempertahankan atau memperluas tindakan lainnya. Dalam buku Dan

Nimmo mengatakan bahwa banyak aspek kehidupan politik yang dapat dilukiskan sebagai komunikasi politik, berdasarkan konsekuensi baik aktual maupun potensial yang mengatur perbuatan manusia dalam kondisi konflik dan mengenai opini publik (Dan Nimmo, 2005: 9).

Dan Nimmo dan Weaver mengatakan bahwa komunikasi politik sebagai *body of knowledge* terdiri dari beberapa unsur-unsur, yaitu; sumber (*Communicator*), pesan (*message*), atau saluran media (*channel*), penerima dan efek.



Gambar Diagram hubungan unsur dalam Komunikasi Politik Sumber: (Cangara 2009)

a) Sumber atau Komunikator

Politik Yang disebut komunikator politik adalah mereka yang dapat memberi informasi tentang hal-hal yang mengandung makna mengenai politik. misalnya presiden, menteri, anggota DPR, politisi dan kelompok-kelompok penekan dalam masyarakat yang bisa mempengaruhi jalannya pemerintahan.

b) Pesan Politik

Pesan politik ialah pernyataan yang disampaikan, baik secara tertulis maupun tidak tertulis, baik secara verbal maupun nonverbal, tersembunyi maupun terangterangan, baik yang disadari maupun tidak disadari yang isinya mengandung politik. Misalnya pidato politik, pernyataan politik, buku, brosur dan berita surat kabar mengenai politik, dan lain sebagainya.

c) Saluran atau Media Politik Saluran atau media politik ialah alat atau sarana yang digunakan oleh para komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan politiknya.

Misalnya media cetak, media elektronik, media online, sosialisasi, komunikasi kelompok yang dilakukan partai, organisasi masyarakat, dan sebagainya

d) Sasaran atau Target Politik

Sasaran adalah anggota masyarakat yang diharapkan dapat memberikan dukungan dalam bentuk pemberian suara kepada partai atau kandidat dalam Pemilihan Umum. Mereka adalah pengusaha, pegawai negeri, buruh, pemuda, perempuan, mahasiswa, dan sebagainya.

e) Pengaruh atau efek Komunikasi Politik Efek komunikasi politik yang diharapkan adalah terciptanya pemahaman terhadap sistem pemerintahan dan partai-partai politik, keaktifan masyarakat dalam partisipasi politik, dimana nantinya akan berdampak pada pemberian suara dalam Pemilihan Umum.

Dapat dikemukakan tiga teori dasar yang digunakan dalam aplikasi komunikasi politik, yaitu (Anwar, Arifin, 2011: 89) :

- a. Teori Khalayak Kepala Batu Teori khalayak kepala batu itu dikembangkan oleh pakar psikologi, Raymond Bauer pada 1964. Fokus penelitian teori ini adalah komunikasi (khalayak). Para pakar terutama pakar psikologi maupun sosiologi mencurahkan perhatian kepada faktor individu. Mereka mengkaji faktor-faktor yang membuat individu mau menerima pesan-pesan komunikasi. Salah satu diantaranya adalah lahirnya teori atau model guna dan kepuasan (*uses and gratifications*). *Uses and Gratifications* dikembangkan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler dan Michael Gurevitch pada 1974. Model ini dibangun atas asumsi dasar bahwa manusia adalah makhluk yang sangat rasional dan sangat aktif, dinamis dan selektif terhadap semua pengaruh dari luar dirinya. Khalayak yang selektif itu akan memilih berdasarkan kegunaan dan untuk memenuhi kepuasan pribadinya.
- b. Teori Empati dan Teori *Hemofili Persuasif* yang positif berkaitan juga dengan teori empati dan teori *homofili*. Teori empati yang dikembangkan oleh Berlo dan Daniel Learner, teori *homofili* yang diperkenalkan oleh Everett M. Rogers dan F.

Shoemaker. Teori ini merupakan penjabaran dari paradigma interaksional. Secara sederhana, empati adalah kemampuan menempatkan diri pada situasi dan kondisi orang lain.

Menurut Daniel Learner, empati adalah kesanggupan seseorang melihat diri sendiri kedalam situasi orang lain dan kemudian melakukan penyesuaian. Dalam hal ini, individu harus memiliki kepribadian mobil, yaitu kepribadian yang mudah bergerak dan menyesuaikan diri dengan situasi dan kondisi orang lain. Istilah *homofili* berasal dari Yunani yaitu *homonios* yang berarti sama. Jadi *homofili* berarti komunikasi dengan orang yang sama, yaitu derajat orang yang berkomunikasi memiliki kesamaan dalam beberapa hal. *Homofili* dapat digambarkan sebagai suasana dan kondisi kepribadian dan kondisi fisik dua orang yang berinteraksi karena memiliki kebersamaan usia, bahasa, pengetahuan, kepentingan, organisasi, partai, agama, suku bangsa, dan pakaian.

Sulit sekali terjadi interaksi yang intensif jika dua orang yang berinteraksi bersifat *heterofili*, yaitu tidak memiliki kesamaan bahasa, pengetahuan dan kepentingan. Empati dan *homofili* akan menciptakan semua yang akrab dan intim sehingga komunikasi politik dapat berjalan secara interaksional. Dalam hal itu interaksi yang terjadi antara dua subjek yang selevel dan sederajat. Dalam komunikasi politik yang bersifat dialogis, tidak dikembangkan aku atau kamu, melainkan yang menonjol adalah kita.

- c. Teori Informasi dan Teori Nonverbal Dalam teori informasi menurut B. Aubrey Fisher, informasi diartikan sebagai pengelompokan peristiwa-peristiwa dengan fungsi dan tujuan untuk menghilangkan ketidakpastian. Informasi dapat disebut sebagai konsep yang absolut dan relatif karena informasi diartikan bukan pesan, melainkan jumlah, benda dan energi. Jika dikaitkan dengan teori relativitas “bertindak” pun merupakan sebuah informasi dalam arti sebuah kemungkinan alternatif yang dapat di prediksi berdasarkan pola peristiwa dari waktu ke waktu.

2.4 Strategi Komunikasi Politik

Strategi komunikasi politik merupakan keseluruhan keputusan kondisional perihal tindakan yang akan diimplementasikan pada saat ini guna pencapaian sebuah tujuan politik pada masa yang akan datang. Pun dalam strategi komunikasi politik, terdapat langkah konseptual yang tepat bagi seorang komunikator politik, yakni merawat ketokohan dan memantapkan kelembagaan, menciptakan kebersamaan serta membangun konsensus (Arasid, Djuyandi, and Sumadinata, 2022).

Strategi komunikasi politik dapat diartikan sebagai langkah-langkah atau metode untuk mencapai tujuan dengan cara menyampaikan pesan-pesan politik untuk mengubah sikap, perilaku, maupun tindakan khalayak (masyarakat) baik secara langsung maupun melalui media. Anwar Arifin (2011 : 236) menjelaskan bahwa strategi komunikasi politik adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang suatu tindakan yang akan dilakukan saat ini untuk mencapai tujuan politik pada masa yang akan datang. Strategi komunikasi politik merupakan konsep bagaimana sebaiknya sebuah perencanaan politik yang ingin dipersiapkan untuk menarik minat khalayak yang akan menjadi calon pendukung nanti.

Tahapan strategi komunikasi politik yang harus dijalankan oleh komunikator politik, diantaranya yaitu Merawat Ketokohan dan Memantapkan Kelembagaan, Menciptakan Kebersamaan dan Membangun Konsensus. Untuk memberikan pengaruh tersendiri terkait komunikasi politik yang dijalankan untuk mencapai tujuan dan sasarannya. Langkah pertama dalam strategi komunikasi politik ialah merawat ketokohan dan memantapkan kelembagaan dalam masyarakat yang akan memiliki pengaruh tersendiri dalam komunikasi politik serta kemampuan dan dukungan lembaga dalam menyusun pesan politik, menetapkan metode, dan memilih media politik yang tepat.

Ketokohan seorang komunikator politik dan lembaga politik yang mendukungnya sangat menentukan berhasil atau tidaknya komunikasi politik dalam mencapai sasaran dan tujuannya yaitu :

a. Merawat Ketokohan

Ketokohan merupakan orang yang memiliki kredibilitas, daya tarik, dan kekuasaan, orang yang memiliki ketokohan menurut Nimmo dapat disebut sebagai pahlawan politik (Dan Nimmo, 2011: 182).

Dalam komunikasi politik terutama dalam retorika politik dihadapan massa atau disebut dengan khalayak akan memperhatikan siapa tokoh, pesan yang akan disampaikan yang menunjukkan bahwa ketokohan tersebut sangat utama dalam komunikasi politik yang sedang berlangsung. Seorang komunikator politik memiliki kredibilitas yang merupakan seperangkat persepsi khalayak tentang sifat komunikator, sehingga kredibilitas tidak melekat dalam diri komunikator tapi akan melekat dalam diri komunikan itu sendiri.

Keahlian seorang politikus merupakan salah satu kesan yang terbentuk dibenak khalayak tentang kemampuan politikus, aktivis, atau profesional sebagai komunikator politik dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan. Jika antara komunikator politik dan khalayak terdapat *heterofili*, dan kedua pihak masing-masing melakukan empati terhadap pihak lain maka komunikasi efektif dapat tercipta.

Dapat disimpulkan bahwa ketokohan politik akan melahirkan kepercayaan masyarakat karena kredibilitas yang muncul di dalam masyarakat dan mampu memengaruhi khalayak (Anwar Arifin, 2011 : 237).

b. Menciptakan Kebersamaan

Menciptakan kebersamaan antara politikus dengan khalayak, dengan cara mengenal khalayak dan menyusun pesan yang homofilis. Suasana homofilis yang

harus diciptakan adalah persamaan bahasa (simbol komunikasi), dan persamaan kepentingan dengan khalayak terutama mengenai pesan politik, metode dan media politik. Dalam penyampaian pesan-pesan politik, komunikator harus memilih metode yang sesuai dengan isi dari pesan politik tersebut. Anwar Arifin menjelaskan bahwa yang dapat diterapkan dalam strategi komunikasi politik, diantaranya yaitu:

1) Memahami khalayak

Yang berarti suatu upaya untuk mempengaruhi dengan mengulang penyampaian pesan politik kepada khalayak, hal ini bertujuan untuk menarik perhatian serta pesan politik yang disampaikan tidak mudah dilupakan oleh khalayak.

2) *Canalizing*

Yaitu suatu usaha untuk memahami pengaruh kelompok terhadap individu dan masyarakat.

3) Informatif

Yaitu suatu bentuk pesan yang bertujuan untuk memengaruhi khalayak dengan menyampaikan sesuai fakta yang dapat dipertanggung-jawabkan

4) Metode persuasive

Yaitu suatu usaha mempengaruhi khalayak dengan cara membujuk

5) Metode edukatif

Yaitu suatu usaha untuk mempengaruhi khalayak dengan cara memberikan suatu gagasan berdasarkan pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan.

6) Metode koersif

Yaitu suatu metode yang dilakukan untuk mempengaruhi khalayak dengan cara memaksa.

c. Membangun Konsensus

Langkah strategis ketiga yang dapat dilakukan untuk mencapai tujuan komunikasi politik yaitu membangun consensus baik antara para politikus dan

dalam satu partai politik maupun antara politikus dari partai politik yang berbeda. Strategi komunikasi politik dapat dikatakan sebagai suatu langkah atau metode untuk mencapai tujuan dengan cara menyampaikan pesan-pesan politik untuk mempengaruhi khalayak (masyarakat) baik secara langsung maupun melalui media. Strategi komunikasi politik sangat berkaitan dengan marketing politik, keduanya saling berkaitan. Selain itu marketing politik juga berkaitan dengan pemilihan umum, yang mana tujuan akhir dari strategi komunikasi politik adalah untuk meraih suara terbanyak pada saat pelaksanaan pemilu, sedangkan marketing politik sendiri bertujuan untuk memasarkan produk politik dalam pemilu. Hal tersebut dimaksudkan agar semua pihak memiliki rasa memiliki sehingga dapat berpartisipasi secara aktif.

1) Seni Berkompromi

Dalam membangun consensus seorang politikus harus memiliki kemampuan berkompromi yang merupakan suatu seni tersendiri. Kesepakatan dicapai setelah adanya konflik perdebatan pendapat terhadap suatu masalah dalam musyawarah untuk menyusun undang-undang atau peraturan, menentukan program, kebijakan, dan pelaksanaan hasil studi menunjukkan bahwa orang-orang yang mau diajak makan bersama pada hakikatnya mau diajak berkompromi, hal tersebut hanya berlaku antara politikus yang mencari penyelesaian di lobi tetapi berlaku juga antara pengusaha yang melakukan negosiasi. Dalam proses lobi antara politikus yang berbeda pendapat harus dibuka berbagai kemungkinan atau tidak selalu memastikan sesuatu pendapat yang berubah.

2) Bersedia Membuka Diri

Konsep diri yang negative ialah tipe orang yang selalu berfikir negative dan peka akan kritik, cepat marah. Konsep diri juga mempengaruhi perilaku komunikasi politik dalam aktivitas lobi, terutama dalam membuka diri untuk memilah dan memilih gagasan atau konsep baru dalam usaha membangun konsensus.

2.5 Partai Politik

Dunia Partai politik pertama-tama lahir di Negara Eropa Barat bersamaan dengan gagasan bahwa rakyat merupakan fakta yang menentukan dalam proses politik. Selanjutnya, jika diselusuri sejarah banyak sekali partai politik yang bermain dalam pemilu, mulai dari pemilu pertama dilaksanakan di Indonesia sampai sekarang ini.

Partai politik merupakan pemegang peran penting di Negara demokratis karena menjadi wadah utama bagi partisipasi politik dan saluran untuk menyampaikan aspirasi masyarakat kepada pemerintah. Partai politik juga menjadi penyeimbang terhadap kekuasaan yang ada dan memiliki tanggung jawab untuk menjaga hubungan yang baik antara pemerintah dan rakyat sesuai dengan penerapan dalam system politik.

Secara etimologi politik berasal dari kata *polis* (Yunani) yang berarti kota atau negara kota. Kemudian diturunkan kata-kata *polities* yang berarti warga negara, *politike tekne* berarti kemahiran politik dan *politike episteme* yang berarti ilmu politik. Secara istilah politik adalah usaha untuk mencapai atau mewujudkan cita-cita atau ideologi (Gami, 1984: 14). Orang pertama yang memperkenalkan kata politik adalah Aristoteles melalui pengamatannya tentang “manusia yang pada dasarnya adalah binatang politik (Rosana 2012). Ia menjelaskan hakikat kehidupan sosial sesungguhnya merupakan politik dan interaksi satu sama lain dari dua atau lebih orang sudah pasti akan melibatkan hubungan politik. Dalam arti luas setiap orang adalah politisi.

Secara umum dapat dikatakan Partai Politik adalah suatu kelompok yang terorganisir yang anggota-anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai dan cita-cita yang sama (Budiardjo, 2005 : 160–161). Menurut Carl J. Friedrich yang dikutip Miriam Budiardjo, Partai politik adalah sekelompok manusia yang terorganisir secara stabil dengan tujuan merebut atau mempertahankan penguasaan terhadap pemerintahan

bagi pimpinan partainya dan berdasarkan penguasaan ini memberikan kepada anggota partainya kemanfaatan yang bersifat idil maupun materil. Tujuan kelompok ini ialah untuk memperoleh kekuasaan politik dan merebut kedudukan politik (biasanya) dengan cara konstitusional untuk melaksanakan kebijakan-kebijakan mereka.

Fungsi utama partai politik ialah mencari dan mempertahankan kekuasaan guna mewujudkan program-program yang disusun berdasarkan ideologi tertentu. Cara yang digunakan oleh suatu partai politik dalam sistem politik yang demokrasi untuk mendapatkan dan kekuasaan ialah ikut serta dalam pemilihan umum. Kalaupun sekarang partai politik ternyata harus hadir dalam kehidupan masyarakat republik, ketika kelompok bangsawan dianggap tidak ada lagi, bukan berarti bahwa manfaat partai politik menjadi tidak penting. Partai politik yang kita kenal sekarang adalah lembaga pengendalian konflik kepentingan yang ada dalam masyarakat politik nasional. Partai politik adalah lembaga yang harus mengagregasi, mengartikulasi kepentingan yang terjadi dalam masyarakat, termasuk mensosialisasikan nilai-nilai politik yang berlaku pada masyarakat yang bersangkutan. Hal tersebut sejalan dengan fungsi dari partai politik yaitu :

a. Sosialisasi politik

Merupakan fungsi sebagai proses melalui mana seseorang memperoleh sikap dan orientasi terhadap fenomena politik yang umumnya berlaku dalam masyarakat dimana ia berada.

b. Partisipasi politik

Merupakan fungsi yang dimiliki partai politik untuk mendorong masyarakat untuk ikut aktif dalam kegiatan politik

c. Komunikasi politik

Merupakan fungsi menyalurkan aneka ragam pendapat dan aspirasi masyarakat dan mengaturnya sedemikian rupa sehingga kesimpangsiuran pendapat dalam masyarakat berkurang.

d. Artikulasi Kepentingan

Merupakan fungsi menyatakan atau menyampaikan (mengartikulasi) kepentingan konstituen (masyarakat) kepada badan-badan politik dan pemerintah melalui melalui kelompok-kelompok yang mereka bentuk bersama orang lain yang memiliki kepentingan yang sama

e. Agregasi kepentingan

Merupakan fungsi partai politik yang memadukan semua aspirasi yang ada dalam masyarakat yang kemudian dirumuskan sebagai program politik dan diusulkan kepada badan legislatif dan calon-calon yang diajukan untuk jabatan-jabatan pemerintahan mengadakan tawar-menawar dengan kelompok-kelompok kepentingan, dengan menawarkan pemenuhan kepentingan mereka kalau kelompok kepentingan itu mau mendukung calon tersebut.

f. Pembuatan kebijakan

Merupakan fungsi yang dimiliki oleh partai politik setelah partai politik meraih dan mempertahankan kembali kekuasaan didalam pemerintahan secara konstitusional.

Apabila partai politik selalu tampil dalam keadaan konfliktual, hal ini terjadi karena memang fungsi mereka adalah untuk mengendalikan konflik, walaupun seingkali pula justru mereka menciptakan konflik-konflik baru. Partai politik adalah “mesin politik” yang memang diperlukan untuk menjalankan mekanisme sistem politik yang ada. Partai politik adalah bagian terpenting dari *political engineering* (Rosana 2012).

2.6 Media Politik

Terdapat berbagai bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh politikus atau aktivis politik untuk mencapai tujuan politiknya. Teknik komunikasi yang dilakukan diarahkan untuk mencapai dukungan legitimasi yang meliputi tiga level yaitu pengetahuan, sikap dan perilaku khalayak. Hal tersebut berkaitan dengan upaya memenangkan pemilihan umum agar dapat meraih kekuasaan atau kedudukan politik

dilembaga legislatif atau eksekutif sehingga dapat membuat kebijakan politik sesuai dengan visi, misi, dan program politik para komunikator politik terutama para politikus dan partainya.

a. Retorika Politik

Retorika atau Yunani Rhetorica berasal dari bahasa Yunani *orator, teacher* yang berarti seni berbicara. Asalnya digunakan dalam perdebatan di ruang sidang pengadilan untuk saling mempengaruhi sehingga bersifat kegiatan antar persona. Kemudian dikembangkan menjadi kegiatan komunikasi masa, yaitu berpidato kepada orang banyak (khalayak). Menurut Aristoteles dalam karyanya Retorika, terdapat tiga jenis retorika, yakni:

- 1) Retorika diliberatif, yaitu retorika yang dirancang untuk mempengaruhi khalayak dalam kebijakan pemerintah, yang difokuskan pada keuntungan atau kerugian jika suatu kebijakan diputuskan atau dilaksanakan.
- 2) Retorika forensik, yaitu retorika yang berkaitan dengan keputusan pengadilan.
- 3) Retorika demonstratif, yaitu retorika yang mengembangkan wacana yang dapat memuji atau menghujat.

Meskipun demikian dalam komunikasi politik yang efektif tidak cukup hanya dengan menggunakan satu jenis retorika saja untuk memengaruhi khalayak secara persuasif. Sedang persuasif dapat berarti merayu atau membujuk dengan menggugah emosi atau dengan cara rasional dengan menggugah khalayak berdasarkan kondisi dan situasi kepribadian khalayak.

b. Agitasi Politik

Agitasi yang berasal dari bahasa latin yaitu *agitare* (bergerak, menggerakkan) atau berasal dari bahasa Inggris *agitation* merupakan salah satu bentuk seni dan teknik komunikasi yang sering kali diaplikasikan dalam kegiatan politik. Agitasi membuat agar khalayak bersedia mengorbankan jiwa untuk menentang kenyataan hidup yang dialami selama ini (Anwar, Arifin, 2011: 133).

Orang yang melakukan agitasi disebut agitator yang oleh Nepheus Smith disebut sebagai orang yang berusaha menimbulkan ketidakpuasan, kegelisahan atau pemberontakan orang lain. Ada agitator yang sikapnya selalu gelisah dan agresif; ada agitator yang lebih tenang, pendiam, tetapi mampu menggerakkan khalayak dengan ucapan dan tulisannya.

c. Popaganda Politik

Propaganda yang berasal dari kata latin *propagare* yang berarti menyemaikan tunas suatu tanaman, adalah salah satu bentuk seni dan teknik berkomunikasi yang sering kali juga diaplikasikan dalam kegiatan politik. Penggunaan propaganda politik secara intensif dalam kegiatan politik dilakukan oleh Hitler dalam perang dunia II, dengan cara melakukan kebohongan dalam menyebarkan ideology nazi untuk memperluas kekuasaannya.

Orang yang melakukan propaganda disebut propagandis. Propagandis ini mampu menjangkau khalayak kolektif lebih besar. Biasanya, dilakukan oleh politikus atau kader partai politik yang memiliki kemampuan dalam memberikan sugesti kepada khalayak dan menciptakan suasana yang mudah terkena sugesti (*sugestivitas*).

d. Lobi Politik

Lobi merupakan salahsatu bentuk seni dan teknik berkomunikasi yang banyak sekali diaplikasikan dalam kegiatan politik. Lobi politik dan rapat politik merupakan forum pembicaraan politik yang perspektif atau paradigma interaksional dalam komunikasi politik diterapkan dalam bentuk komunikasi antar personal atau tetap muka (Anwar, Arifin, 2011: 135).

Dalam hasil lobi itu biasanya ada kesepakatan dan kesepahaman bersama yang akan diperkuat melalui pembicaraan formal dalam rapat atau sidang politik yang akan menghasilkan keputusan dan sikap politik tertentu. Dalam lobi politik, pengaruh dari pribadi seorang politikus sangat berpengaruh, seperti

kompetensinya, penguasaan masalah dan karisma. Lobi politik adalah gelanggang terpenting bagi pembicaraan para politikus atau kader politik tentang kekuasaan, pengaruh, otoritas, konflik dan konsensus.

e. Media Massa

Menurut McLuhan, sebagai perluasan panca indra manusia (*sense extention theory*) dan sebagai media pesan (*the medium in the message*) dalam hal ini pesan politik untuk mendapatkan pengaruh, kekuasaan otoritas, membentuk dan mengubah opini publik atau dukungan serta citra politik untuk khalayak yang lebih luas yang tidak bisa terjangkau oleh bentuk komunikasi yang lain.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini adalah deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan dengan tujuan menggambarkan atau mendeskripsikan objek dan fenomenal yang ingin diteliti. Termasuk didalamnya bagaimana unsur-unsur yang ada dalam variabel penelitian itu berinteraksi satu sama lain dan ada pula produk interaksi yang berlangsung. Selanjutnya penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Menjelaskan metode penelitian merupakan penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang akan diteliti (Sugiyono 2014).

Penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research*). yaitu mengadakan penelitian dengan cara wawancara atau berdialog dengan objek penelitian. Menurut Kartini Kartono, metode penelitian dapat diartikan sebagai cara-cara berfikir dan untuk mencapai tujuan penelitian (Kartini Kartono : 2009, 20).

3.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus dalam mendeskripsikan dan menggambarkan keadaan secara mendalam dan detail. Fokus ini bertujuan untuk membatasi kajian yang dilakukan secara kualitatif untuk menentukan informasi yang relevan untuk digunakan. Fokus ini digunakan untuk tidak memperluas pembahasan dan tetap dalam satu judul penelitian. Fokus dalam penelitian ini yaitu strategi komunikasi yang dilakukan oleh

Rahmat Mirzani Djausal dalam pemilihan umum tahun 2024 menggunakan konsep Anwar Arifin.

3.3 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini merujuk pada orang, tempat atau benda yang diamati dalam penelitian sebagai sasaran, subjek pada penelitian ini yaitu startegi komunikasi yang dilakukan oleh Rahmat Mirzani Djausal. Sedangkan objek penelitian adalah hal yang menjadi pokok persoalan untuk kemudian akan diamati dan diteliti, yang menjadi peran penting dalam penelitian, objek penelitian ini juga dikatakan sebagai atribut, sifat, atau nilai yang dimiliki individu, kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan dievaluasi untuk dapat menghasilkan suatu kesimpulan. Objek dalam penelitian ini yaitu startegi komunikasi yang dilakukan oleh Rahmat Mirzani Djausal.

3.4 Sumber Data

Menurut Suharsini Arikunto yang dimaksud sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh. Sumber data dalam penelitian ini dilakukan dengan pengumpulan data-data primer dan sekunder (Arikunto 2017).

1. Data Primer

Data primer adalah data yang di peroleh langsung dari sumber pertama berupa hasil wawancara dan informasi, dalam hal ini peneliti dapat memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrument yang telah ditetapkan. Sedangkan informan yang dimaksud dalam hal ini adalah anggota tim sukses dan Rahmat Mirzani Djausal menggunakan strategi komunikasi yang dapat digunakan yaitu komunikasi politik.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber yang telah ada. Data sekunder umumnya berupa dokumen, buku, skripsi, makalah, artikel,

internet, jurnal. Adapun teknik pengumpulan yang dilakukan dengan cara membaca, merangkum, serta mencatat hal-hal yang berhubungan dengan penelitian.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Suharsimi Arikunto menyatakan bahwa teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data penelitian (Suharsimi Arikunto 2006). Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan cara wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu primer dan sekunder yaitu sebagai berikut :

a. Wawancara

Wawancara merupakan komunikasi verbal semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi (Riduan 2005). Tipe wawancara yang digunakan adalah wawancara yang terarah dengan menyiapkan beberapa daftar pertanyaan yang akan diberikan kepada narasumber untuk mendapat data yang akurat dan tidak menyimpang dari pembahasan yang akan diteliti. Dalam menentukan informan secara acak sesuai yang dibutuhkan narasumber dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode *random sampling* yaitu adalah teknik pengambilan sampel sumber data secara acak sesuai kebutuhan. Teknik *random sampling* memilih sekelompok subyek berdasarkan karakteristik tertentu secara acak yang dinilai memiliki keterkaitan dengan ciri-ciri atau karakteristik dari populasi yang akan diteliti (Sugiyono 2014). Karakteristik ini sudah diketahui oleh peneliti. Sehingga mereka hanya perlu menghubungkan unit sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Wawancara ini ditujukan kepada 3 orang tim sukses 2 orang dari kalangan masyarakat dalam pemilihan umum legislatif tahun 2024 yaitu Imam Santosa, Rizaldi Adrian dan Afdilah Syahadi dan narasumber utama Rahmat Mirzani Djausal.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, data yang relevan penelitian. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, cerita, biografi, peraturan kebijakan. Teknik dokumentasi ini mencari data tentang hal-hal yang bersangkutan dengan permasalahan berupa catatan, buku, surat kabar atau Koran, jurnal dan lainnya yang sesuai dengan permasalahan.

3. Observasi

Salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengetahui atau menyelidiki tingkah laku non verbal yakni dengan menggunakan teknik observasi. Menurut Sugiyono observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain (Sugiyono 2013). Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Melalui kegiatan observasi peneliti dapat belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut. Observasi dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan pengamatan langsung untuk mengetahui kondisi yang sebenarnya yaitu dalam strategi komunikasi yang digunakan oleh Rahmat Mirzani Djausal dalam pemilihan legislatif tahun 2024, yang mengalami perolehan suara lebih besar dari pemilihan umum legislatif tahun 2019.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknis analisis data bisa diartikan dalam langkah untuk mengatur urutan data, menjadi pola, kategori, dan unit yang paling dasar diikuti oleh interpretasi data. Menurut Sugiyono teknik analisis data merujuk pada proses pengumpulan data, pengorganisasian data yang diperoleh dari sumber wawancara, catatan lapangan, dan dokumen pendukung (Sugiyono, 2014 : 335).

Adapun langkah-langkah untuk menganalisis data dalam model penelitian model interaktif yaitu sebagai berikut :

3.6.1 Reduksi Data

Reduksi data atau mereduksi data merupakan sebuah proses merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal yang penting, mencari tema dan pola yang cocok dan membuang yang tidak diperlukan (Sodik, 2015:122). Pada tahap ini peneliti melakukan penyederhanaan atau merangkum data berupa hal-hal pokok penting dari data yang telah peneliti kumpulkan yang berkaitan dengan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Rahmad Mirzani Djaul dalam pemilihan umum tahun 2024.

3.6.2 Penyajian data

Dalam langkah ini dilakukan dengan menyajikan sekumpulan informasi atau data-data yang tersusun yang memberikan kemungkinan penarikan kesimpulan. Penyajian data dilakukan untuk melihat gambaran keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari gambaran secara keseluruhan. Dalam penelitian ini, untuk dapat menyajikan data peneliti mengumpulkan informasi dan mengelompokkannya sehingga tidak tercampur dengan data-data yang lain, hal ini dilakukan agar informasi atau data dapat dengan mudah disajikan dan dipahami.

3.6.3 Penarikan Kesimpulan Dan Verifikasi

Pada tahap terakhir yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi, peneliti mengutarakan kesimpulan dari data-data atau informasi yang telah peneliti peroleh. Pada tahap ini peneliti melakukan penarikan kesimpulan dengan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subjek penelitian dengan makna yang terkandung agar menghasilkan data yang sesuai dengan fenomena-fenomena yang terjadi di lokasi penelitian. Penyajian data terkait strategi komunikasi politik yang dilakukan sesuai dengan data lapangan, kemudian dapat ditarik kesimpulan yang dapat menjawab rumusan masalah dan diperkuat

dengan bukti valid yang telah dikumpulkan dalam penelitian, mulai dari foto dokumentasi dan informasi dari berbagai media sosial yang dapat memperkuat data bahwa benar adanya strategi komunikasi yang telah dilakukan oleh RMD dalam pemilihan umum legislatif tahun 2024.

3.7 Teknik Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data dilakukan untuk membuktikan bahwa sebuah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah dan juga menguji data yang telah diperoleh. Untuk mendapatkan data yang tidak diragukan maka peneliti melakukan pengecekan keabsahan data dengan cara sebagai berikut : (Helaluddin, 2019 : 119) :

3.7.1 Perpanjang Keikutsertaan atau *Prolonged Engagement*

Dalam penelitian kualitatif sulit untuk mempercayai hasil penelitian apabila peneliti hanya sekali datang ke tempat penelitian, meskipun dikatakan seharian penuh di lapangan. Sebab itu peneliti perlu memperpanjang pengamatannya sampai mendapatkan hasil yang baik dan sesuai. Untuk lamanya perpanjang keikutsertaan pengamatan dapat disesuaikan atau tergantung pada kedalaman, keluasan, dan juga kepastian data.

3.7.2 Ketekunan Pengamatan (*Persistent Engagement atau Observation*)

Untuk mendapatkan data yang benar, peneliti harus menunjukkan kegigihan dalam mengumpulkan data yang telah diperolehnya untuk memperdalam dan terus diupayakan kebenarannya. Dalam penelitian ini peneliti harus melakukan pengecekan ulang apakah temuan sementara telah sesuai dan menggambarkan konteks penelitian yang spesifik. Pada tahap ini merupakan kesempatan bagi peneliti untuk mengkaji lebih dalam dan mendiskripsikan lebih rinci. Sehingga temuannya sungguh-sungguh dapat menggali fenomena-fenomena dan menjelaskan apa dibalik fenomena tersebut.

3.7.3 Trigulasi

Trigulasi adalah sebuah teknik pemeriksaan ulang keabsahan data dengan melakukan perbandingan terhadap data itu. Pemeriksaan ulang ini dapat dilakukan sebelum ataupun sesudah data dianalisis. Pengecekan dengan triangulasi ini dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan dan akurasi data.

Dalam penelitian ini peneliti mengambil triangulasi sumber dan teknik, trigulasi sumber merupakan proses memeriksa kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber pengumpulan data. Dari sumber data penelitian ini didapat 6 sumber yang akan membantu penelitian ini yaitu 3 orang tim sukses, yaitu Imam Santosa, Rizaldi Adrian, Afdilah Syahadi dan 1 dari Rahmat Mirzani Djausal selaku pelaku politik pada pemilihan umum tahun 2024 dan 2 orang dari kalangan masyarakat. Trigulasi teknik digunakan untuk memeriksa keandalan data dan dibandingkan hasil wawancara dan dokumentasi.

V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Rahmat Mirzani Djausal dalam pemilihan umum legislatif tahun 2024 ini menggunakan beberapa strategi yaitu sebagai berikut :

Pertama, Rahmat Mirzani Djausal memiliki rekam jejak kepemimpinan yang baik, ketokohan yang dilakukan dalam penyampaian pesan melalui media sosial menggunakan *branding image* dengan Instagram, Facebook, TikTok, target yang diutamakan oleh Rahmat Mirzani Djausal ini yaitu kalangan anak muda, yang akan menimbulkan efek yang signifikan dalam perolehan suara. Hal ini memungkinkan RMD untuk langsung berkomunikasi dengan audiens, menyampaikan pandangan mereka, serta menampilkan kegiatan atau program yang mereka jalankan serta membantu mengatasi masalah yang muncul dimasyarakat. Hal ini sesuai dengan teori Anwar Arifin yaitu ketokohan pengelolaan citra yang konsisten dan menarik, dengan menggunakan media sosial sebagai saluran komunikasi yang dekat dengan masyarakat. Rahmat Mirzani Djausal melakukan *branding emage* ini tidak dilakukan secara pribadi namun membagi beberapa tim dalam menyusun strategi untuk melangsungkan kegiatannya.

Kedua, Mirzani Djausal melalui media sosial yaitu dengan memainkan peran yang sangat penting dalam kampanye Rahmat Mirzani Djausal menuju Pemilu Legislatif 2024. Dengan memanfaatkan media sosial, Rahmat dapat menjalin komunikasi langsung dan interaktif dengan pemilih dalam memberikan pesan politiknya, memperluas jangkauan kampanye, menciptakan komunitas digital yang solid, dan membangun kolaborasi efektif dengan tim sukses dan relawan.

Ketiga, Rahmat Mirzani Djausal melakukan pendekatan kolaboratif dengan partai Gerindra terutama dengan ketua umum yaitu bapak Prabowo Subiantodan hal ini merupakan sebagai bagian dari partai politik, Rahmat Mirzani Djausal membangun komunikasi internal dengan sesama anggota partai serta koalisi politik yang ada.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan yang diperoleh pada penelitian yang dilakukan mengenai strategi komunikasi yang dilakuakn Rahmat Mirzani Djausal dengan tim suksesnya, maka peneliti mengajukan saran untukt menerapkan strategi komunikasi ini dalam konteks yang lebih konkrit seperti melalui komunikasi berkelanjutan pemanfaatan teknologi pelatihan dan pengelolaan konflik yang baik, menginteraksikan keduanya akan meningkatkan efektivitas komunikasi dalam kelompok atau organisasi serta memperkuat hubungan antar individu yang terlihat kemudian disarankan untuk mahasiswa lain menggunakan penelitianini sebagai bahan rujukan.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Arifin, Anwar. 2006. *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, Suharsimi. 2017. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revi. Jakarta: Reanika Cipta.
- Budiardjo, Miriam. 2005. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Cangara, Hafied. 2009. *Komunikasi Politik: Konsep, teori, dan Strategi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Nimmo, Dan. 2011. *Komunikasi Politik : Khlayak dan Efek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Gami, Soelistiyati Ismail. 1984. *Pengantar Ilmu Politik*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Cangara, Hafied. 2009. *Komunikasi Politik, Konsep, Teori dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Arifin, Anwar. 2011. *Komunikasi Politik Filsafat-Paradigma-Teori-Tujuan-Strategi*
- Helaluddin. 2019. *Analisis Data Kualitatif*. Makasar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Kartono, Kartini. 2009. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Cet. Ke-7. Bandung: Mandar Maju.
- Komisi Pemilihan Umum. 2019. *Keputusan Komisi Pemilihan Umum Provinsi Lampung Tentang Penetapan Calon Terpilih Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi Lampung Dalam Pemilihan Umum Tahun 2019*.
- Nimmo, Dan. 2005. *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan dan Media*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Riduan. 2005. *Belajar Mudah Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Rosana, Ellya. 2012. "Politik Partai Politik dan Pembangunan." *TAPIS* 8(1).

Santoso, Urip. 2010. *Pendaftaran Dan Peralihan Hak atas Tanah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Sodik, Sandu Siyoto & M. Ali. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

Sudianto. 2006. *Komunikasi Politik*. Jakarta: Rajawali Pers.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung.

Suharsimi Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

JURNAL

Arasid, Mohamad Ikrom, Yusa Djuyandi, dan R. Widya Sumadinata. 2022. "Strategi Komunikasi Politik Untuk Memperoleh Dukungan Pemuda Dalam Pilkada Kota Serang: Studi Pada Pasangan Calon Syafrudin-Subadri." *Jurnal Sosial Politik* 8(1):62–77. doi: 10.22219/jurnalsospol.v8i1.12779.

Hutapea, Edison Bonar Tua, Doddy Dwi Nugroho, dan Yayan Hidayat. 2022. "Strategi Komunikasi Elite Politik dalam Wacana Penundaan Pemilu 2024 dan Perpanjangan Masa Jabatan Presiden." *Journal of Politics and Policy* 5(1):11–

Kustiawan, Winda, Najiah Maisaro Br Nst, dan Rayan Al-Ghazali. 2022. "Komunikasi Politik Era Modern." *JIKEM: Jurnal Ilmu Komouter, Ekonomi, dan Manajemen* Vol.2(1):2144–52.

Lampung, DPD Gerindra Provinsi. 2021. "Rahmat Mirzani Djausal Dukung Anak Muda Bangsa Berkreatifitas Ditengah Pandemi." *Gema Indonesia Raya*. Diambil (<https://gerindralampung.or.id/2021/04/02/rahmat-mirzani-djausal-dukung-anak-muda-bangsa-berkreatifitas-ditengah-pandemi/>).

Nambo, Abdulkadir, dan Muhamad Rusdiyanti Puluhuluwa. 2005. "Memahami Tentang Beberapa Konsep Politik (Suatu Telaah dari Sistem Politik)." *MIMBAR : Jurnal Sosial dan Pembangunan* Vol. 21(2):262–85.

Nurhadi, Zikri Fachrul, dan Achmad Wildan Kurniawan. 2017. "Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian." *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian* Vol.3(1):90–95.

Sukandar, Nadya Hapsari Thrisianingsih, Firmansyah, Yan Ridwan Putra

- Pamungkas, Ginasari Wismayanti, Token Politik, Kampanye Digital, dan The Americanization. 2024. "Strategi Komunikasi Paslon Prabowo Gibran dalam Meningkatkan Kesadaran dan Partisipasi Gen Z dan Milenial dalam Pemilu 2024." *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi* 2(1):48–56.
- Syaroh, Muya, dan Iwanda Lubis. 2020. "Komunikasi Antarpribadi Guru Dan Siswa Dalam Mencegah Kenakalan Remaja." *Jurnal Network Media* Vol: 3 No.(1):95–101.
- Tamim, Faishal Muqtadir. 2023. "Strategi Komunikasi Politik Partai Gerindra dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Pemilih Muda melalui Media Sosial Twitter pada Pemilu Tahun 2024." *JHIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* Vol. 6(10):40–46.
- Tri faezatunnisa, Abbyzar Aggasi. 2024. "Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Partai Amanat Nasional (PAN) Dalam Menjalin Hubungan Dengan Konstituen Di Kabupaten Sumbawa." *UTS STUDENT ONFERENCE* Vol. 2(1):194–205. doi: <https://conference.uts.ac.id/index.php/Student>.