

ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI PARTAI POLITIK DALAM PEMENANGAN GUBERNUR LAMPUNG DI PILKADA SERENTAK 2024 (STUDI PADA PARTAI GERINDRA)

**Oleh
MUHAMMAD ANDHIKA**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh keberhasilan pasangan tersebut meraih kemenangan telak dengan perolehan suara 82,54%, mengungguli pesaingnya yang hanya memperoleh 17,46%. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan Partai Gerindra dalam kemenangan Gubernur Lampung, guna memahami bagaimana strategi tersebut berperan dalam membentuk opini publik dan memperoleh dukungan luas.

Penelitian ini menggunakan teori strategi komunikasi dari Kotten, yang membagi strategi menjadi empat dimensi: strategi organisasi, strategi program, strategi pendukung sumber daya, dan strategi kelembagaan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam dan dokumentasi, yang melibatkan informan dari berbagai kalangan seperti kader partai, tim pemenang, tokoh adat, akademisi, hingga masyarakat pemilih.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Partai Gerindra dijalankan secara sistematis dan intensif melalui strategi organisasi seperti konsolidasi kader, strategi program seperti pelibatan influencer, penggunaan media sosial, strategi pendukung sumber daya seperti pengelolaan kader partai, dana kampanye, dan strategi kelembagaan dengan pendekatan langsung kepada masyarakat. Setiap elemen strategi memainkan peran penting dalam membentuk citra pasangan calon dan meningkatkan elektabilitas secara signifikan dalam waktu relatif singkat. Namun Strategi Program memiliki pengaruh yang penting dalam meningkatkan elektabilitas pasangan Mirza-Jihan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa keberhasilan pasangan Mirza-Jihan dalam PILKADA Lampung tidak terlepas dari strategi komunikasi politik yang terencana, terarah, dan berbasis pada pemahaman sosial-politik lokal. Strategi tersebut menjadi contoh keberhasilan komunikasi politik dalam kontestasi elektoral di tingkat daerah.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Partai Politik, PILKADA, Partai Gerindra, Komunikasi Politik, Pemilu Lokal, Kampanye Politik.

ABSTRACT

POLITICAL PARTY COMMUNICATION STRATEGY IN THE VICTORY OF THE LAMPUNG GOVERNOR IN THE 2024 SIMULTANEOUS REGIONAL ELECTION (A Study on the Gerindra Party)"

**By
Muhammad Andhika**

This research is motivated by the landslide victory of the candidate pair, who secured 82.54% of the votes, significantly outperforming their competitor, who only gained 17.46%. The purpose of this study is to analyze the communication strategy implemented by the Gerindra Party in the nomination of the Governor of Lampung, in order to understand how the strategy contributed to shaping public opinion and gaining broad support. The study applies Kotten's theory of communication strategy, which categorizes strategy into four dimensions: organizational strategy, program strategy, resource support strategy, and institutional strategy. The research uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques including in-depth interviews and documentation. Informants came from various backgrounds, including party cadres, campaign team members, traditional leaders, academics, and voters. The findings show that Gerindra Party's communication strategy was carried out systematically and intensively through organizational strategies such as cadre consolidation; program strategies involving influencers and the use of social media; resource support strategies including management of party cadres and campaign funding; and institutional strategies through direct engagement with the community. Each strategic element played a crucial role in shaping the image of the candidate pair and significantly boosting their electability in a relatively short period. However, the program strategy was found to have the most substantial impact on increasing the electability of the Mirza–Jihan pair. The conclusion of this study is that the success of the Mirza–Jihan pair in the Lampung regional election cannot be separated from a political communication strategy that was well-planned, targeted, and grounded in a deep understanding of the local socio-political context. This strategy serves as a model for successful political communication in local electoral contests.

Keywords: *Communication Strategy, Political Party, Local Election, Gerindra Party, Political Campaign, Local Governance.*