

**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK DALAM PEMENANGAN
CHRISTIAN LOIS SEBAGAI CALEG PSI UNTUK DPRD DAPIL III
KOTA TANGERANG PADA PEMILU 2024**

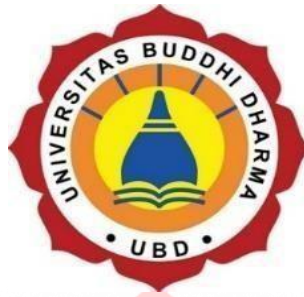
SKRIPSI

DONY SEPTIAN RAPU AMBARITA

20210400051

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG**

2025



**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK DALAM PEMENANGAN
CHRISTIAN LOIS SEBAGAI CALEG PSI UNTUK DPRD DAPIL III
KOTA TANGERANG PADA PEMILU 2024**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)

DONY SEPTIAN RAPU AMBARITA

20210400051

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG**

2025



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Tugas Akhir : Strategi Komunikasi Politik Dalam Pemenangan Christian
Lois Sebagai Caleg PSI Untuk DPRD Dapil III Kota
Tangerang Pada Pemilu 2024

Nama : Dony Septian Rapu Ambarita

NIM : 2021040051

Fakultas : Sosial dan Humaniora


Program Studi : Ilmu Komunikasi

Tugas akhir ini telah disetujui pada tanggal 17 Juli 2025


Disetujui

Dosen Pembimbing,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.I.Kom.

NIDN: 0310048205


Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.I.Kom.

NIDN: 0310048205



SURAT REKOMENDASI KELAYAKAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.I.Kom.

Jabatan : Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Menerangkan bahwa:

Nama : Dony Septian Rapu Ambarita

NIM : 20210400051

Fakultas : Sosial dan Humaniora

Program Studi : Ilmu Komunikasi


Judul Tugas Akhir : Strategi Komunikasi Politik Dalam Pemenangan Christian
Lois Sebagai Caleg PSI Untuk DPRD Dapil III Kota
Tangerang Pada Pemilu 2024

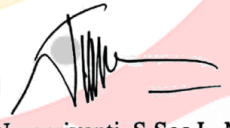
Telah dinyatakan layak untuk mengikuti sidang skripsi.

Tangerang, 17 Juli 2025

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dosen Pembimbing,


Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.I.Kom.
NIDN: 0310048205


Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.I.Kom.
NIDN: 0310048205



LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Dony Septian Rapu Ambarita
NIM : 20210400051
Fakultas : Sosial dan Humaniora
Program Studi : Program Studi Ilmu Komunikasi
Judul Akhir : Strategi Komunikasi Politik Dalam Pemenangan Christian
Lois Sebagai Caleg PSI Untuk DPRD Dapil III Kota
Tangerang Pada Pemilu 2024

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar strata satu (S-1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Buddhi Dharma.

Tim Penguji

1. Ketua Sidang : **Dr. Irpan Ali Rahman, S.S., M.Pd.**
NIDN : 0405027807
2. Penguji 1 : **Hot Saut Halomoan, S.Pd., M.Hum.**
NIDN : 032004610
3. Penguji 2 : **Dr. Serius Zebua, S.Pd., M.Pd., CPS., CCLS.**
NUPTK : 6150771672130363

Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora
Universitas Buddhi Dharma

Dr. Sonya Ayu Kumala, S.Hum., M.Hum
NIDN: 0418128601

**FAKULTAS
SOSIAL DAN HUMANIORA**

PERYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, tugas akhir dalam berjudul “Strategi Komunikasi Politik Dalam Pemenangan Christian Lois Sebagai Caleg PSI Untuk DPRD Dapil III Kota Tangerang Pada Pemilu 2024” merupakan asli karya saya sendiri;
2. Karya tulis ini murni ide, rumusan, dan penelitian saya pribadi, dengan tidak diperbantukan oleh pihak lainnya, kecuali oleh pembimbing;
3. Di dalam karya tulis ini, tidak ada karya ataupun opini yang sudah dituliskan ataupun disebarkan kepada orang lain, terkecuali dengan terang saya cantumkan sebagai referensi penulisan naskahnya melalui pencantuman penulisannya didaftar pustaka;
4. Pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan jika ada hal yang menyimpang di dalam, saya bersedia mendapat konsekuensi akademik berupa dicabutnya gelar yang sudah saya peroleh melalui karya tulis, serta konsekuensi lain sebagaimana norma dan ketentuan hukum yang ada.

Tangerang, 17 Juli 2025



UBD
4EASFAMX302579444

Dony Septian Rapu Ambarita

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan judul “Strategi Komunikasi Politik Dalam Pemenangan Christian Lois Sebagai Caleg PSI Untuk DPRD Dapil III Kota Tangerang Pada Pemilu 2024” sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Dalam kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebenarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kontribusi dalam penyelesaian skripsi ini, kepada :

1. Dr. Limajatini, S.E., M.M, selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma.
2. Dr. Sonya Ayu Kumala S.Hum., M.Hum., Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma.
3. Tia Nurapriyanti, S.Sos.I, M.I.Kom, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma.
4. Tia Nurapriyanti, S.Sos.I, M.I.Kom, selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan pengetahuan bimbingan, saran dan dukungan untuk penulis agar dapat menyelesaikan tugas Akhir ini sesuai dengan waktu yang ditentukan.
5. Alfian Pratama, S.Sos., M.I.Kom, selaku Dosen Ilmu Komunikasi sekaligus mentor penulis di dalam dan di luar kampus. Tak kenal lelah memberikan penulis arahan dan motivasi yang baik.
6. Semua dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma yang telah memberikan perkuliahan ilmu Komunikasi.
7. Christian Lois, S.T, selaku Anggota Legislatif Komisi I DPRD Kota Tangerang Dapil III Fraksi PSI, yang telah berkenan sebagai objek penelitian dalam skripsi ini.

8. Efi Musaefi, selaku Tim Sukses dari Christian Lois Fraksi PSI yang telah berkenan membantu dalam proses wawancara terkait penelitian ini.
9. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan motivasi, semangat, doa, dukungan dan nasihat.
10. Magdalena Shelomitha, yang selalu memberikan dukungan dan semangat selama proses penyusunan skripsi ini.
11. Organisasi Himakom UBD yang telah memberikan dukungan berupa doa, semangat dan motivasi.
12. Teman-teman seangkatan 2021 yang telah membantu Penulis ketika sedang kesulitan dalam menyusun skripsi.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu dan mendukung penulis dalam melaksanakan dan mendukung penulis untuk menyusun laporan Skripsi ini. Penulis berharap semoga dengan adanya Skripsi dapat bermanfaat bagi perkembangan kemampuan serta menambah wawasan mahasiswa/i Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma.

Tangerang, 17 Agustus 2025



Dony Septian Rapu Ambarita

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh Christian Lois dalam upayanya meraih suara sebagai calon legislatif dari Partai Solidaritas Indonesia (PSI) pada Pemilu 2024 di Daerah Pemilihan (Dapil) III Kota Tangerang. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan Christian Lois dan tim suksesnya, observasi kegiatan kampanye, serta dokumentasi dari berbagai media sosial dan alat peraga kampanye. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik Christian Lois dirancang secara sistematis dan adaptif. Strategi tersebut mencakup perencanaan pesan yang terstruktur, pemanfaatan media baru seperti Instagram dan WhatsApp, juga memanfaatkan media konvensional seperti Baliho dan Spanduk untuk menjangkau pemilih muda, serta penguatan komunikasi tatap muka melalui blusukan dan diskusi warga. Segmentasi pemilih difokuskan pada generasi muda dan pemilih pemula dengan penyampaian pesan yang sederhana, relevan, dan menyentuh isu-isu lokal. Personal branding sebagai sosok muda, bersih, dan solutif juga dibangun secara konsisten melalui narasi digital dan kehadiran langsung di masyarakat. Penerapan strategi ini terbukti efektif dalam membangun kedekatan emosional dengan konstituen, meningkatkan partisipasi politik akar rumput, serta mendorong opini publik untuk lebih terbuka dalam mendukung kandidat dari partai alternatif. Temuan ini didukung oleh teori komunikasi politik, teori media baru, dan teori spiral of silence, yang menjelaskan bagaimana komunikasi yang tepat sasaran dan responsif dapat memperkuat posisi politik calon legislatif di tengah masyarakat.

Kata kunci: *Strategi Komunikasi Politik, Kampanye, Christian Lois, PSI, Pemilu 2024*

ABSTRACT

This study aims to analyze the political communication strategy implemented by Christian Lois in his efforts to gain votes as a legislative candidate from the Indonesian Solidarity Party (PSI) in the 2024 General Election for Electoral District (Dapil) III of Tangerang City. The research adopts a qualitative approach using a case study method. Data were collected through in-depth interviews with Christian Lois and his campaign team, observations of campaign activities, and documentation from various social media platforms and campaign materials. The results show that Christian Lois's political communication strategy was designed systematically and adaptively. The strategy included structured message planning, the use of new media such as Instagram and WhatsApp, as well as conventional media like billboards and banners to reach young voters, and the strengthening of face-to-face communication through community visits and citizen discussions. Voter segmentation focused on the younger generation and first-time voters, with messages delivered in a simple, relevant manner and addressing local issues. His personal branding as a young, clean, and solution-oriented figure was consistently built through digital narratives and direct community engagement. The implementation of this strategy proved effective in fostering emotional closeness with constituents, increasing grassroots political participation, and encouraging public opinion to be more open in supporting candidates from alternative parties. These findings are supported by political communication theory, new media theory, and the spiral of silence theory, which explain how targeted and responsive communication can enhance a legislative candidate's political position in society.

Keywords: Political Communication Strategy, Campaign, Christian Lois, PSI, 2024 General Election.

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN JUDUL | |
| HALAMAN JUDUL DALAM | |
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI | i |
| SURAT REKOMENDASI KELAYAKAN TUGAS AKHIR..... | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| PERYATAAN ORISINALITAS..... | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| ABSTRAK | vii |
| ABSTRACT..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 8 |
| 1.3 Tujuan dan Manfaat penelitian..... | 9 |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.3.2 Manfaat Penelitian | 9 |
| 1.4 Kerangka Konseptual | 10 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 11 |
| 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu | 11 |
| 2.2 Strategi Pemenangan..... | 14 |
| 2.3 Teori Komunikasi Politik | 16 |

| | |
|--|-----------|
| 2.4 Teori Spiral of Silence..... | 20 |
| 2.5 Teori New Media..... | 22 |
| 2.6 Partai Solidaritas Indonesia (PSI) | 26 |
| 2.7 Calon Legislatif (Caleg)..... | 27 |
| 2.8 Dapil III Kota Tangerang | 28 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 30 |
| 3.1 Pendekatan dan Metode Penelitian | 30 |
| 3.2 Subjek dan Objek Penelitian | 31 |
| 3.2.1 Subjek Penelitian..... | 31 |
| 3.2.2 Objek Penelitian..... | 32 |
| 3.2.3 Sumber Data Premier | 33 |
| 3.2.4 Sumber Data Sekunder..... | 33 |
| 3.3 Teknik Perolehan Data | 33 |
| 3.3.1 Wawancara | 33 |
| 3.3.2 Dokumentasi | 36 |
| 3.3.3 Observasi..... | 37 |
| 3.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data..... | 38 |
| 3.5 Lokasi dan Waktu Penelitian..... | 39 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 42 |
| 4.1 Gambaran Umum | 42 |
| 4.1.1 Christian Lois..... | 42 |
| 4.1.2 Partai Solidaritas Indonesia (PSI) | 44 |
| 4.2 Hasil Penelitian | 46 |

| | |
|---|-----------|
| 4.2.1 Strategi Komunikasi Politik Christian Lois dalam Upayanya Memenangkan Pemilu 2024..... | 46 |
| 4.2.2 Tabel Data Hasil Penelitian | 47 |
| 4.3 Pembahasan..... | 50 |
| 4.3.1 Strategi Komunikasi Politik Yang Diterapkan Christian Lois | 50 |
| 4.3.2 Penggunaan Media Baru dan Media Konvensional dalam Kampanye Untuk Pemenangannya..... | 53 |
| 4.3.3 Peran Strategis Tim Sukses dalam Pemenangannya | 64 |
| 4.3.4 Kendala dalam Komunikasi Politik Dalam Kampanye | 66 |
| 4.3.5 Pendekatan Tatap Muka dan Komunitas Agama Dalam Pemenangannya..... | 68 |
| 4.3.6 Analisis Teoritis..... | 75 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 80 |
| 5.1 Kesimpulan | 80 |
| 5.2 Saran..... | 82 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 84 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | 86 |
| INFORMASI PRIBADI..... | 86 |
| PENDIDIKAN | 86 |
| PENGALAMAN KERJA | 86 |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 4. 1 Christian Lois Anggota Legislatif DPRD Kota Tangerang Komisi I Dapil III Fraksi PSI | 42 |
| Gambar 4. 2 Partai Solidaritas Indonesia (PSI) | 44 |
| Gambar 4. 3 Kampanye Christian Lois di Lapangan Ahmad Yani, Kota Tangerang.. | 50 |
| Gambar 4. 4 (Sebelah Kiri) Grup Whatsapp (Pendukung Chritian Lois) | 54 |
| Gambar 4. 5 Grup (Sebelah Kanan) WhatsApp Warga (Pendukung dari Christian Lois) | 54 |
| Gambar 4. 6 (Sebelah Kiri) Bentuk Dukungan melalui Story Instagram | 56 |
| Gambar 4. 7 (Sebelah Kanan) Bentuk Dukungan melalui Story Instagram | 56 |
| Gambar 4. 8 (Sebelah Kiri) Surat Suara Berbentuk Konten Digital | 58 |
| Gambar 4. 9 (Sebelah Kanan) Jenis Surat Suara Berbentuk Konten Digital | 58 |
| Gambar 4. 10 (Sebelah Kiri) Pemanfaatan Spanduk DNA PSI | 59 |
| Gambar 4. 11 (Sebelah Kanan) Pemanfaatan Baliho | 59 |
| Gambar 4. 12 (Sebelah Kiri) Dukungan dari Pemilih Muda | 61 |
| Gambar 4. 13 (Sebelah Kanan) Dukungan Pemilih Muda..... | 61 |
| Gambar 4. 14 Pemilih Muda | 62 |
| Gambar 4. 15 Efi Musaefi (Anggota Tim Sukses Christia Lois) | 64 |
| Gambar 4. 16 Efi Musaefi (Ketiga dari kiri) Bersama Rekan Tim Suksesnya Christian Lois..... | 65 |
| Gambar 4. 17 Efi Musaefi Bersama Rekan Tim Suksesnya | 66 |
| Gambar 4. 18 (Sebelah Kiri) Blusukan Dengan RW 3 di Cipondoh | 68 |
| Gambar 4. 19 (Sebelah Kanan) Busukan Dengan RW 3 di Cipondoh..... | 68 |
| Gambar 4. 20 (Sebelah Kiri) Foto bersama dengan warga di Kp. Dongkal Rw 3 | 69 |
| Gambar 4. 21 (Sebelah Kanan) Diskusi santai di Kedai Kopi Cipondoh | 69 |
| Gambar 4. 22 Blusukan di Pinang | 71 |
| Gambar 4. 23 Diskusi Warga | 72 |
| Gambar 4. 24 (Sebelah Kiri) Pendekatan ke Komunitas Agama Buddhis..... | 74 |
| Gambar 4. 25 (Sebelah Kanan) Pendekatan ke Komunitas Agama Buddhis..... | 74 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 3.1 Pedoman Wawancara Informan (Christian Lois)..... | 34 |
| Tabel 3.2 Pedoman Wawancara Informan Efi Musaefi (Tim Sukses)..... | 35 |
| Tabel 3.3 Alur dan Waktu Penelitian..... | 39 |



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut (Kasih, 2018) Indonesia menganut demokrasi, sebuah sistem pemerintahan yang berakar dari bahasa Yunani, demos (rakyat) dan kratos (kekuasaan), yang berarti pemerintahan dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat. Sistem ini dipilih peradaban modern untuk mengatur kehidupan bersama. Demokrasi berkembang selama ribuan tahun, sebagai upaya berbagai peradaban dalam mengelola kesejahteraan dan kepentingan masyarakat mereka berdasarkan kesepakatan sosial. Akhirnya, demokrasi menjadi sistem yang kuat karena mampu mengakomodasi kepentingan bersama.

Demokrasi adalah sistem politik yang idealnya didukung oleh masyarakat. Hal ini muncul setelah sistem monarki dan oligarki terbukti gagal dalam mengatasi berbagai isu krusial seperti kesejahteraan, kenyamanan, serta kebebasan berpendapat dan kebebasan lainnya. Dapat disimpulkan bahwa tujuan utama dari evolusi demokrasi dalam politik dan pemerintahan Indonesia adalah untuk mewujudkan keadilan sosial. Namun, dengan adanya demokrasi ini menandakan sistem politik yang sehat dan tidak ada keberpihakan (Arifin, 2019).

Komunikasi politik adalah sebuah sistem yang menghubungkan pemerintah dengan masyarakat. Tujuannya adalah mendukung proses perumusan dan implementasi keputusan yang mengikat demi kepentingan bersama warga di suatu wilayah. Dalam negara demokratis, penting sekali untuk memastikan sistem komunikasi politik ini berjalan optimal dan terus dipertahankan, baik dari pemerintah ke masyarakat maupun sebaliknya (Lopulalan, 2023). Komunikasi politik melibatkan unsur-unsur komunikator, pesan, saluran atau media, target audiens, dan efek yang ditimbulkan dari proses komunikasi tersebut. Fungsi politik sendiri berarti suatu fungsi

pemenuhan tugas dan tujuan struktur politik. Jadi suatu struktur politik dapat dinyatakan berfungsi apabila sebagian atau seluruh tugasnya terlaksana dan tujuannya tercapai. Dalam suatu sistem politik yang nota bene terdiri dari sejumlah struktur itu (lihat, Kantaprawira 1988, 43), struktur politik itu jadi terbedakan menurut sifatnya, yaitu struktur politik yang berkategori infrastruktur politik dan suprastruktur politik. Infrastruktur politik yaitu struktur politik masyarakat/rakyat, suasana kehidupan politik masyarakat/rakyat, sektor politik masyarakat/rakyat (political infrastructures). (Gabriel A. Almond & James S. Coleman). Fungsi yang hendak ditunaikan oleh sejumlah struktur dalam tatanan infrastruktur politik itu meliputi sejumlah peran seperti peran pendidikan politik, mempertemukan kepentingan, agregasi kepentingan, seleksi kepentingan dan komunikasi politik. Sebagaimana sudah disebutkan sebelumnya, semua pemeranan ini berfungsi sebagai fungsi input bagi sistem politik

Bagi suatu struktur politik dalam tatanan infrastruktur politik seperti media massa (cetak-elektronik) atau organisasi politik (non legislatif) misalnya, maka fungsinya dalam sistem politik yaitu berguna untuk menghubungkan pikiran politik yang hidup dalam masyarakat, baik pikiran intra-golongan, institut, asosiasi, ataupun sektor kehidupan politik masyarakat dengan sektor pemerintahan. Dengan begitu, maka melalui komunikasi pikiran politik dapat dipertemukan. Karena pada hakikatnya segala pikiran itu harus ada yang menyampaikannya (comunicator) melalui pesan (messages) dan akhirnya ada yang menerima atau menanggapi (communicant). Berdasarkan argumentasi dimaksud, maka menurut Kantaprawira, komunikasi politik itu berarti sebagai suatu proses interaksi, stimuli- kontra-stimuli, penyampaian fakta, kepercayaan, kelakuan, reaksi emosional dalam bidang atau tentang obyek politik. (Kantaprawira 1988, 61).

Pemerintahan demokratis di Indonesia, yang terbentuk lewat pemilihan umum, berlandaskan pada Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Pancasila, dan Undang-Undang Penyelenggara Pemilu No. 22 Tahun 2007. Proses pemilu ini memungkinkan rakyat menjalankan kedaulatannya. Untuk menjamin

pemilu yang langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil, penyelenggara pemilu harus akuntabel, profesional, dan berintegritas. Dalam Perkara Nomor 80/PUU-XX/2022 disebutkan bahwa kedaulatan rakyat terwujud melalui pemilu. Pemilu merupakan wadah bagi masyarakat untuk menyatakan preferensi mereka dengan memilih langsung presiden, wakil presiden, dan wakil rakyat. Para wakil terpilih ini kemudian mewujudkan kedaulatan rakyat dan mengartikulasikan aspirasi politik masyarakat ke dalam undang-undang, yang menjadi pedoman kerja bagi seluruh cabang pemerintahan di Indonesia (Indonesia, 2022).

Pemilihan umum (pemilu) memungkinkan masyarakat memilih pemimpin negara atau daerah untuk periode tertentu, sekaligus menentukan arah pemerintahan. Di negara-negara demokratis, pemilu menjadi cara warga negara berpartisipasi dalam menentukan kebijakan pemerintah dan struktur politik (Fauzi, 2018). Sebagai elemen fundamental dalam sistem demokrasi, pemilu berfungsi sebagai mekanisme untuk memilih representasi rakyat yang akan mengisi lembaga legislatif. Pemilu juga sekaligus menjadi sarana bagi warga negara untuk merealisasikan hak asasi mereka dalam ranah politik. (Mukhlis, 2023).

Saat ini, dalam pemilihan anggota legislatif, persaingan bukan hanya antar partai, tapi juga antar kandidat dari partai yang sama, semakin ketat. Partai politik seakan hanya menjadi wadah bagi para calon legislator. Akibatnya, para kandidat sering kali berkampanye tanpa berpegang pada platform partai, karena tujuan utama mereka adalah meraup suara sebanyak-banyaknya tanpa peran resmi dari partai. Untuk mencapai ini, para kandidat akan berusaha semaksimal mungkin untuk mendapatkan dukungan dari pemilih mereka (Sibrani, 2018).

Salah satu pilar penting dalam sistem demokrasi, di mana masyarakat punya hak untuk memilih wakil-wakilnya yang akan duduk di lembaga legislatif, termasuk Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD). Dalam proses ini, para Calon Legislatif (Caleg) dituntut untuk menyusun dan menjalankan strategi komunikasi politik yang efektif agar bisa menarik perhatian dan mendapatkan dukungan dari para pemilih. Strategi ini tidak hanya mencakup penyampaian visi dan misi, tetapi juga bagaimana

caleg membangun citra diri, menjalin kedekatan dengan masyarakat, serta memanfaatkan berbagai media untuk menyebarkan pesan politik secara tepat sasaran.

Dalam Pemilu Legislatif 2024 yang menggunakan sistem proporsional terbuka, para kandidat menghadapi persaingan yang sangat ketat di daerah pemilihan mereka. Mereka bersaing bukan hanya dengan calon dari partai lain, tetapi juga antar sesama kandidat dalam partai yang sama untuk memenangkan pemilihan. Akibat persaingan ini, para kandidat berlomba dalam hal strategi, taktik, dan pendekatan elektoral untuk meraih kemenangan. Metode dan teknik ini membawa konsekuensi politik yang signifikan. Strategi politik adalah kunci untuk mencapai tujuan politik, di mana kekuasaan adalah tujuan utamanya yang takkan tercapai tanpa perencanaan matang. Konsolidasi juga menjadi langkah krusial dalam strategi kemenangan pemilu, khususnya untuk DPR dan DPRD (Puspito, 2021).

Dengan bantuan tim sukses, kandidat bisa menerapkan pendekatan komunikasi yang bervariasi, disesuaikan dengan preferensi pemilih di wilayah tersebut, berdasarkan kondisi di lapangan. Menurut Syahreza (2018) dalam Nofiard (2022), komunikasi politik adalah cara komunikator politik menyebarkan pesan-pesan politik melalui media kepada masyarakat. Tujuannya adalah untuk memajukan agenda politik mereka sendiri, yang berfungsi sebagai masukan untuk menentukan hasil yang diharapkan dari sistem politik. Maka dari itu, kandidat partai politik saling berlomba memenangkan pemilu melalui beragam teknik komunikasi politik. Dalam konteks pemilu, partai politik harus berkomunikasi secara efektif dengan publik, karena hasil suara mereka sangat ditentukan oleh keberhasilan strategi komunikasi politiknya (Mustofa, 2013).

Faktanya, strategi dan politik harus bersinergi untuk mencapai tujuan dan meraih kemenangan pemilu. Setiap tim dan pesaing memiliki cara tersendiri untuk merebut hati pemilih. Perencanaan komunikasi politik mencakup barang, pesan, dan citra politik. Pendekatan tim sukses ini juga didukung oleh PSI. Budiarti (2015) dalam Watoni & Puspitarini (2022) menyatakan bahwa partai politik adalah fondasi demokrasi yang mendapatkan legitimasi dari masyarakat setempat.

Melansir dari data Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Tangerang, jumlah partai yang terdaftar di Pemilu Legislatif 2024 ada 18 partai. Angka ini termasuk partai-partai besar maupun partai baru yang mulai ikut bersaing di tingkat DPRD. Dari semua partai itu, totalnya ada 677 caleg yang bersaing untuk memperebutkan 50 kursi yang tersedia di DPRD Kota Tangerang. Setiap partai mengajukan caleg yang berbeda. Beberapa partai besar seperti PDIP, Golkar, Gerindra, PKS, PAN, Demokrat, dan PSI mengisi kuota maksimal yaitu 50 orang. Akan tetapi, ada juga partai yang jumlah calegnya lebih sedikit, misalnya Partai Buruh, Gelora, Hanura, PKN, PBB, sampai Partai Ummat. Sementara itu, Partai Garuda yang tidak mengajukan caleg sama sekali di daerah ini.

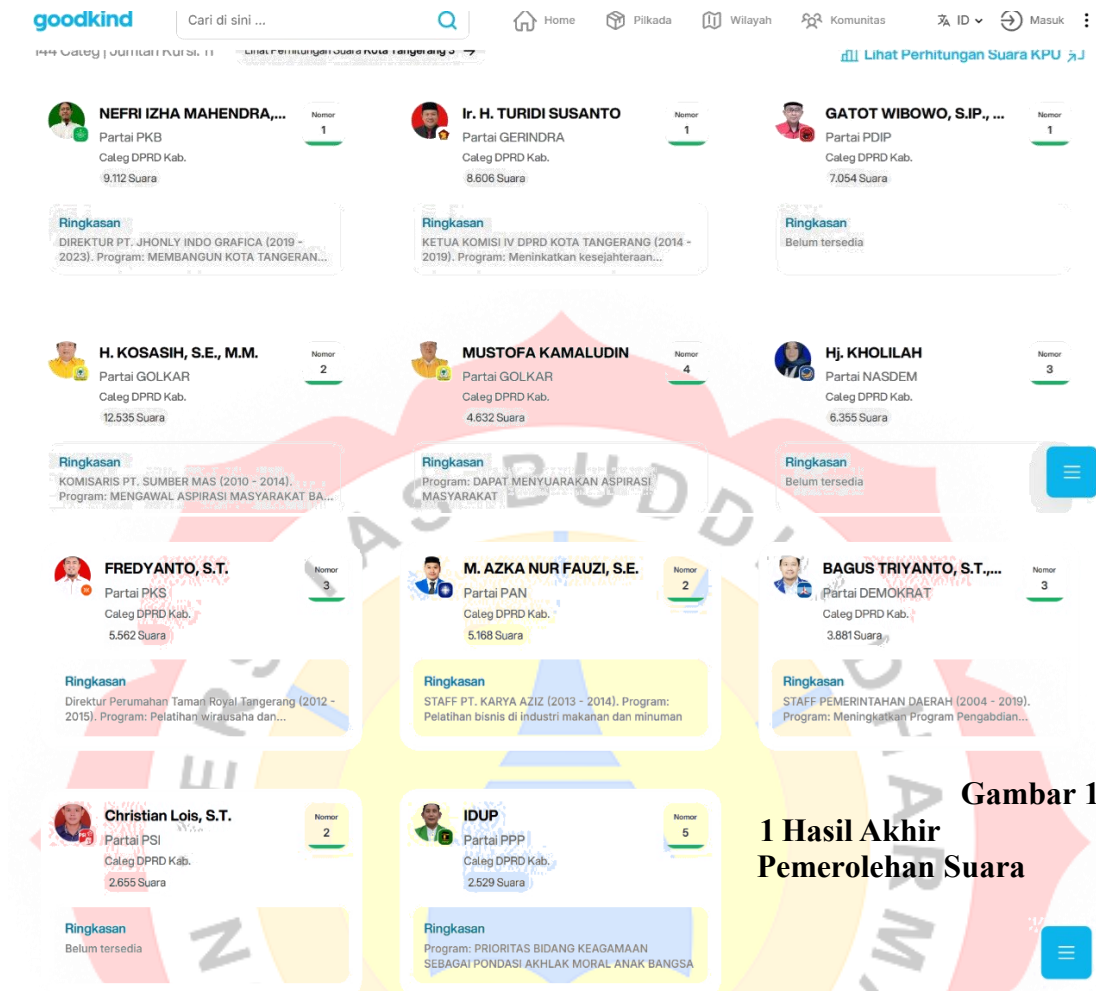
Dibandingkan dengan hasil Pemilu 2019, Partai Solidaritas Indonesia (PSI) hanya memperoleh 1 kursi di DPRD Kota Tangerang, lalu pada pemilu 2024 PSI melonjak memperoleh 4 kursi di DPRD Kota Tangerang dan tambahan 2 kursi di DPRD Provinsi Banten. Ini berarti terjadi kenaikan yang signifikan sebanyak 5 kursi, atau peningkatan sekitar 500-600%, tergantung cara perhitungan kursi yang ada di Kota atau total kursi gabungan. Meskipun pada Pemilu 2019 PSI belum berhasil lolos ke parlemen nasional karena tidak memenuhi ambang batas 4 persen, partai ini tetap mendapatkan kursi di sejumlah DPRD kota dan kabupaten. Kekalahan tersebut menjadi titik balik penting bagi PSI untuk berbenah. Sejak saat itu, mereka melakukan evaluasi menyeluruh dan memperkuat struktur internal partai.

Tahun 2024 menjadi momentum pembuktian. Dengan pendekatan komunikasi yang lebih segar, terbuka, dan menyasar pemilih muda, PSI mencoba menjawab tantangan politik nasional dengan gaya yang lebih relevan. Meski kembali gagal masuk DPR RI karena hanya meraih sekitar 2,8% suara nasional, PSI berhasil meningkatkan capaian di tingkat lokal. Di Kota Tangerang misalnya, PSI berhasil meraih 2 kursi DPRD naik dari 1 kursi pada Pemilu 2019. Mereka juga berhasil masuk ke DPRD Provinsi Banten dengan 2 kursi tambahan. Pencapaian ini menunjukkan bahwa meski belum menembus Senayan, PSI mampu memperluas pengaruhnya di tingkat akar

rumpun dan menjadi alternatif partai yang mulai diperhitungkan, khususnya oleh generasi muda yang selama ini cenderung apatis terhadap politik.

Harus diakui, bahwa persaingan politik di tingkat lokal ini tidaklah mudah. Ada beberapa caleg yang sudah memiliki nama dan terus menerus muncul di masyarakat untuk dapat berkomunikasi secara efektif, diperlukan strategi komunikasi politik yang jelas dan ringkas. Dalam berkomunikasi tidak cukup hanya dengan baliho atau hadir dalam suatu acara semata untuk ajang eksistensi, harus ada pendekatan yang menyeluruh terhadap generasi muda sehingga timbul rasa percaya yang lebih besar. Salah satu strategi utama yang mereka terapkan adalah media online. Lewat platform seperti media sosial Instagram PSI dalam menyebarkan pesan politik mereka. Mereka juga mengandalkan media konvensional. Karena mayoritas target pemilihnya bukan hanya di anak muda yang aktif di dunia digital, melainkan para generasi tua yang masih menggunakan media cetak sebagai sarana informasi, seperti baliho, koran, dan sebagainya.

Salah satu calegnya yang maju sebagai caleg di Kota Tangerang adalah Christian Lois. Dia menyalonkan diri dari Dapil III yang meliputi Kecamatan Cipondoh dan Pinang. Christian tergolong anak muda, dan ini menjadi tantangan tersendiri karena dia harus bersaing dengan petahana dan tokoh lokal yang sudah dikenal di kalangan masyarakat. Oleh karena itu, strategi komunikasinya menjadi sangat penting. Selain aktif di media sosial, dia juga turun langsung ke masyarakat, untuk andil dalam kegiatan sosial, berdiskusi dengan warga, dan berusaha membangun kepercayaan dari bawah. Pendekatan seperti ini sangatlah penting agar pemilih bisa kenal dia lebih dekat, bukan hanya dari foto atau banner saja.



Gambar 1.
1 Hasil Akhir
Pemerolehan Suara

(GoodKind)

11 Caleg yang berpartisipasi dalam pesta demokrasi pada pemilu 2024.

https://goodkind.id/pileg?mode=simulasi&level=kabupaten&city=kota-tangerang&kecamatan=kecamatan-cipondoh&display_picture=true

Christian Lois adalah salah satu caleg PSI yang berhasil lolos dan duduk di DPRD Kota Tangerang dari Dapil III untuk periode 2024 sampai 2029. Sebanyak 2.655 suara yang berhasil dia kumpulkan. Suara yang ia raih itu sangat cukup untuk mengamankan satu dari total 11 kursi yang tersedia di dapilnya. Kendati, persaingannya lumayan ketat, karena banyak juga caleg dari partai-partai besar yang turut serta bertarung di sana.

Menariknya, keberhasilan Christian bukan hanya soal angka, tapi juga karena dia mewakili partai yang tergolong baru dan tidak mempunyai sejarah panjang seperti

Partai Golkar, PDIP, atau Gerindra. PSI terbilang partai yang masih muda, tetapi bisa menembus dominasi partai-partai besar. Bahkan beberapa partai yang sudah lama bereksistensi seperti Partai Hanura, PBB, Buruh, sampai Gelora tdiak berhasil mendapatkan kursi sama sekali di dapil tersebut.

Dari situ, saya sebagai penulis tertarik untuk menganalisis dan mengangkat penelitian ini. Saya ingin tahu lebih jauh terkait strategi komunikasi politik yang diterapkan Christian Lois, dan bagaimana pendekatan yang dia terapkan agar bisa efektif, terutama kalau dikaitkan dengan karakter PSI yang memang lebih aktif di media sosial dan pendekatannya lebih ke anak muda. PSI bukan sekadar partai baru, tapi juga mempunyai cara komunikasi yang berbeda. Mereka lebih terbuka, dan sangat terlihat kalau mereka menggaung dengan masyarakat lewat platform digital. Christian sebagai representasi dari PSI di Kota Tangerang, bisa jadi contoh nyata bagaimana strategi itu diimplementasikan di lapangan.

Selain itu, lewat penelitian ini saya juga berharap bisa memberikan gambaran terkait bagaimana komunikasi politik yang dijalankan secara personal tidak hanya lewat medsos, tetapi juga lewat kegiatan sosial, pertemuan warga, dan interaksi langsung punya pengaruh dalam membentuk citra caleg di mata pemilih. Apalagi di era sekarang, di mana kepercayaan masyarakat ke dunia politik saat ini sedang turunturunnya, pendekatan yang lebih “manusiawi” dan dekat bisa jadi kunci buat mendapatkan suara. Maka dari itu, saya rasa penelitian ini penting, bukan hanya menambah referensi terkait strategi komunikasi politik di tingkat daerah, tetapi juga sebagai bentuk dokumentasi perihal perubahan cara kampanye dan pendekatan politik, terutama yang dilakukan partai-partai baru seperti PSI.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan di atas maka, peneliti merumuskan masalah penelitian ini, yaitu “Bagaimana strategi komunikasi politik Christian Lois dalam upayanya memenangkan Pemilu 2024 sebagai caleg PSI di Dapil III Kota Tangerang?”

1.3 Tujuan dan Manfaat penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk bagaimana caranya memahami Christian Lois, seorang calon legislatif dari PSI di Dapil III Kota Tangerang, dapat berkomunikasi dengan pemilih selama Pemilu 2024.

Saya sebagai penulis ingin mengetahui apa saja cara yang diimplementasikan oleh Christian untuk membersamai masyarakat dan meyakinkan suatu Kesan atau citra yang baik sehingga mereka memilihnya. Selain itu, saya juga ingin mengamati dan menganalisis bagaimana caranya Christian mengirimkan dan menggunakan pesan politiknya, dan seberapa efektif hal itu dalam membangun citra positif di mata masyarakat semasa menjadi seorang caleg.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil Penelitian ini memiliki manfaat teoretis dan praktis. Manfaat Teoretis, dan diharapkan dapat memberikan manfaat positif, tidak hanya untuk penulis sebagai peneliti, tetapi juga untuk berbagai pihak terkait yang membutuhkan.

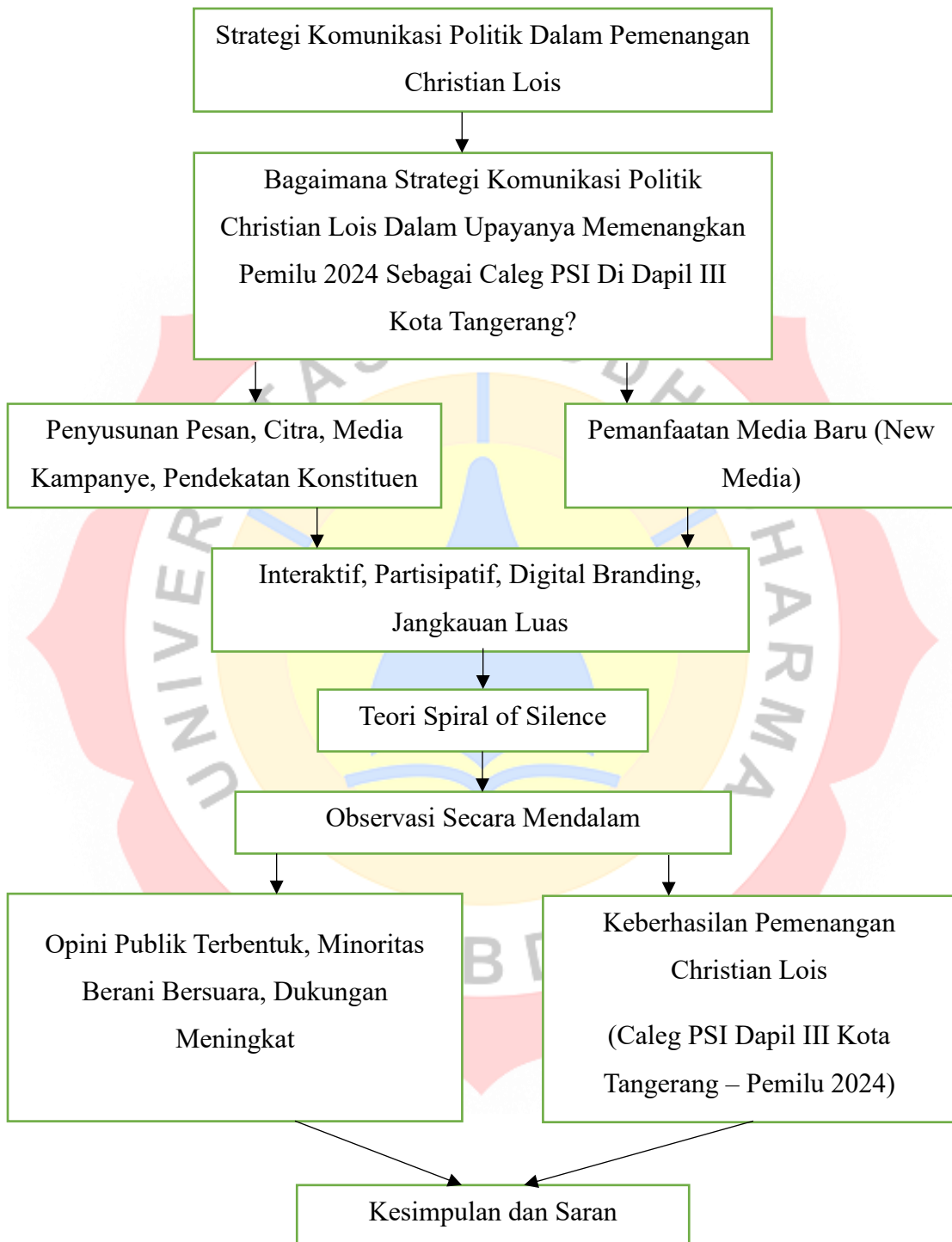
1) Manfaat Teoretis

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya pada kajian komunikasi politik.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan gambaran mengenai strategi komunikasi politik yang digunakan oleh Christian Lois dalam pencalonannya sebagai anggota legislatif PSI di Dapil III Kota Tangerang pada Pemilu 2024.

1.4 Kerangka Konseptual



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Penelitian Terdahulu

Petama, penelitian dari Muhammad Irgi Sya'awal (2024) dengan judul Penelitian “*Strategi Kampanye DPD PSI Kota Tangerang dalam Pemilu Legislatif 2024*”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif studi kasus untuk menganalisis strategi kampanye DPD PSI secara kolektif. Pengumpulan data melibatkan wawancara dengan pengurus partai dan calon legislatif (caleg), observasi lapangan, serta dokumentasi kampanye. Temuan riset mengungkap bahwa PSI menerapkan strategi berbasis komunitas, termasuk pemetaan hingga tingkat RT/RW, optimalisasi relawan, dan kampanye tatap muka seperti *door to door* serta dialog warga. Menariknya, media sosial hanya berperan sebagai pendukung *branding* dan penyebaran informasi. Berbeda dengan pendekatan tersebut, penelitian ini secara spesifik berfokus pada strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh Christian Lois, seorang caleg di Dapil III Kota Tangerang. Alih-alih menyoroti struktur partai, studi ini mengkaji bagaimana figur muda non-politisi ini membangun strategi personal melalui media digital, media cetak, dan interaksi langsung dengan masyarakat. Dalam kasus ini, media sosial menjadi kanal utama yang digunakan secara intensif untuk menjangkau pemilih muda serta membentuk citra politik yang humanis dan inklusif, bukan sekadar pelengkap. Jadi, meskipun kedua penelitian mengkaji strategi kampanye PSI, studi ini menekankan aspek personal dan komunikasi digital seorang caleg, berlawanan dengan penelitian Irgi yang meneliti strategi kelembagaan partai secara menyeluruh.

Kedua, penelitian dari Djoni Gunanto, Lusi Andriyani, & Muhammad Sahrul (2023) dalam eJournal Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia (JABI) Universitas Pamulang yang berjudul dari penelitian ini “*Strategi Komunikasi Politik PSI Kota Tangerang Selatan dalam Pemilu 2019*”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif studi kasus untuk menganalisis strategi kampanye DPD PSI secara kolektif. Pengumpulan data melibatkan wawancara dengan pengurus partai dan calon legislatif

(caleg), observasi lapangan, serta dokumentasi kampanye. Temuan riset mengungkap bahwa PSI menerapkan strategi berbasis komunitas, termasuk pemetaan hingga tingkat RT/RW, optimalisasi relawan, dan kampanye tatap muka seperti *door to door* serta dialog warga. Menariknya, media sosial hanya berperan sebagai pendukung *branding* dan penyebaran informasi.

Berbeda dengan pendekatan tersebut, penelitian ini secara spesifik berfokus pada strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh Christian Lois, seorang caleg di Dapil III Kota Tangerang. Alih-alih menyoroti struktur partai, studi ini mengkaji bagaimana figur muda non-politisi ini membangun strategi personal melalui media digital, media cetak, dan interaksi langsung dengan masyarakat. Dalam kasus ini, media sosial menjadi kanal utama yang digunakan secara intensif untuk menjangkau pemilih muda serta membentuk citra politik yang humanis dan inklusif, bukan sekadar pelengkap. Jadi, meskipun kedua penelitian mengkaji strategi kampanye PSI, studi ini menekankan aspek personal dan komunikasi digital seorang caleg, berlawanan dengan penelitian Irgi yang meneliti strategi kelembagaan partai secara menyeluruh.

Ketiga, penelitian dari Satria Pramadiva (2023), yang berjudul “*Strategi Komunikasi Politik PSI dalam Pemenangan Pemilu 2024 di DKI Jakarta*”. Penelitian ini mengadopsi metode deskriptif kualitatif, mengumpulkan data melalui wawancara semi-terstruktur, observasi aktivitas kampanye, serta dokumentasi seperti poster, video, dan unggahan media sosial. Hasilnya menunjukkan bahwa strategi komunikasi PSI di Tangerang Selatan menggabungkan pendekatan media dan tatap muka. Para caleg memprioritaskan visualisasi citra muda, bersih, dan idealis melalui kampanye digital, sambil tetap aktif di lapangan melalui kegiatan komunitas, pengajian, dan penyerapan aspirasi. Strategi ini dianggap berhasil dalam menumbuhkan kepercayaan pemilih pemula, khususnya di area perkotaan. Namun, penelitian ini memiliki perbedaan signifikan dalam ruang lingkup dan konteks waktu. Studi sebelumnya membahas Pemilu 2019 dengan fokus pada struktur partai PSI di Tangerang Selatan, sedangkan penelitian ini menganalisis strategi komunikasi personal dari seorang caleg, yaitu Christian Lois di Dapil III Kota Tangerang pada Pemilu 2024. Selain itu, pendekatan

Christian Lois lebih menekankan penggunaan media digital sebagai alat komunikasi politik utama, bukan hanya pelengkap, serta berupaya membangun citra personal melalui interaksi langsung dan visual digital yang terarah.

Keempat, penelitian dari Rudini, Nur Alim Djalil, & Hadiati (2024), yang berjudul *“Strategi Komunikasi Politik PSI di Dapil Sulsel I pada Pemilu 2024”*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, mengumpulkan data melalui wawancara dengan caleg dan pengurus PSI di Sulawesi Selatan I, observasi kegiatan kampanye, serta analisis dokumentasi dan konten digital. Hasil studi menunjukkan bahwa strategi komunikasi PSI di Sulsel I disesuaikan dengan konteks sosial dan budaya setempat. Para caleg menampilkan pendekatan personal, berinteraksi langsung dengan masyarakat di ruang publik seperti warung kopi, kegiatan keagamaan, dan pasar tradisional. Pesan kampanye menekankan nilai kejujuran, keterbukaan, dan keberpihakan pada generasi muda. Media sosial memang dimanfaatkan untuk menjangkau audiens lebih luas, namun fokus utamanya tetap pada membangun hubungan dan kepercayaan masyarakat secara tatap muka. Perbedaannya dengan penelitian ini terletak pada konteks wilayah dan karakteristik pendekatan komunikasinya. Jika di Sulsel I strategi PSI lebih menonjolkan sentuhan lokal berbasis budaya dan komunikasi langsung di ruang publik, penelitian ini dengan fokus pada Christian Lois di Dapil III Kota Tangerang mengadopsi kombinasi kuat antara media digital (Instagram Ads, media online) dan media cetak (baliho, poster). Pendekatan personalnya tetap humanis namun lebih modern. Meskipun segmentasi pemilih muda tetap menjadi target utama, strategi Lois juga ditopang oleh *branding* digital dan penyebaran pesan yang lebih terstruktur melalui strategi komunikasi politik dan teori media baru.

Kelima, penelitian dari Keny Putra Maslie (2024) dalam skripsinya yang berjudul *“Strategi Komunikasi Politik dalam Pemenangan Michael Eka Sugiharto sebagai Caleg PSI untuk DPRD Provinsi Banten Dapil VIII pada Pemilu 2024”*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif studi kasus untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data melibatkan wawancara mendalam dengan subjek utama, Michael Eka Sugiharto, tim suksesnya, dan beberapa pemilih dari Dapil Banten VIII. Selain itu, dokumentasi

seperti unggahan media sosial, materi kampanye, dan interaksi digital selama masa kampanye juga dianalisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesuksesan kampanye Michael Eka didorong oleh kombinasi strategi digital dan pendekatan relasional. Media sosial berfungsi sebagai kanal utama untuk menyampaikan pesan secara transparan, membangun citra caleg muda, dan membina komunikasi interaktif melalui video, infografis, serta siaran langsung. Kampanye dilakukan secara partisipatif, membuka ruang diskusi daring, merespons langsung pertanyaan warga, dan tetap aktif dalam kegiatan tatap muka seperti blusukan serta pertemuan komunitas. Pendekatan dua arah ini krusial dalam membangun kepercayaan, terutama dari pemilih muda dan rasional. Studi ini menekankan dampak signifikan teknologi digital terhadap jangkauan kampanye, tanpa mengabaikan pentingnya interaksi langsung. Perbedaan utama dengan penelitian ini terletak pada subjek dan ruang lingkup. Penelitian Keny berfokus pada caleg PSI untuk DPRD Provinsi Banten, sementara studi ini mengangkat Christian Lois sebagai caleg PSI untuk DPRD Kota Tangerang. Meskipun keduanya sama-sama menyoroti strategi komunikasi digital dan pendekatan personal, penelitian ini lebih dalam mengkaji penerapan teori komunikasi politik secara spesifik, seperti teori *spiral of silence*, teori media baru, dan pendekatan segmentasi pemilih muda, sebagai strategi kemenangan caleg di tingkat kota.

2.2 Strategi Pemenangan

Definisi strategi pertama dikemukakan oleh Chandler (1962) yaitu “strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan ,serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut” (Fredy Rangkuti, 2005:3) John A.Bryne mendefinisikan strategi sebagai sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan yang direncanakan ,penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar ,pesaing dan faktor-faktor lingkungan. Sementara itu Jack Trout dalam bukunya *Rout On Strategy* mengulas bagaimana bertahan hidup dalam dunia kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang berbeda di benak konsumen,menjadi berbeda,mengetahui kekuatan dan kelemahan pesaing,menjadi spesialisasi, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realita pasar dengan

menjadi yang pertama dan lebih baik (Suyanto, 2007:16). Porter (1985) mengatakan bahwa “Strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing”(Fredy Rangkuti, 2005:4).

Strategi secara umum adalah istilah yang sering diartikan sebagai alat untuk mencapai tujuan atau menyelesaikan suatu masalah. Istilah strategi diterapkan untuk berbagai lapisan masyarakat atau organisasi (level pelaksana sampai pimpinan puncak organisasi) Dari pengertian itu, strategi mempunyai lima ciri-ciri, sebagai berikut :

1. Pemusatan perhatian kepada kekuatan sebagai pendekatan strategis.
2. Memusatkan perhatian kepada analisis dinamik, analisis gerak (operasional) dan analisis aksi (pelaksanaan).
3. Strategi memusatkan perhatian kepada tujuan yang ingin dicapai dan gerak untuk mencapai tujuan itu.
4. Strategi memperhitungkan faktor-faktor waktu (sejarah: masa lampau, masa kini, masa depan dan faktor lingkungan).
5. Strategi berusaha mengidentifikasi masalah yang timbul dari peristiwa-peristiwa yang sedang berlangsung, kemudian mengadakan analisis tentang kemungkinan-kemungkinan dan memperhitungkan pilihan-pilihan serta langkah-langkah yang dapat diambil untuk mencapai tujuan.

Strategi komunikasi politik adalah suatu rencana yang di dalamnya terdapat suatu cara, teknik serta hubungan fungsional dari proses komunikasi pada sebuah kegiatan guna untuk mencapai suatu tujuan yang diharapkan. Dari adanya strategi politik ini diharapkan dapat memberikan dukungan serta aspirasi masyarakat dapat disalurkan. Jika dilihat dari sudut pandang pemerintah maka Strategi politik ini digunakan untuk membuat serta menerapkan aturan-aturan khusus dalam proses pemilu dengan cara meningkatkan kemampuan serta kesempatan bagi masyarakat untuk menyalurkan aspirasi Dan kepentingannya serta untuk menyalurkan kebijakan-kebijakan tertentu hingga akhirnya menciptakan sebuah komunikasi timbal balik antara suprastruktur dan infrastruktur politik dalam mempersiapkan sebuah

Pemilu. Austin dan pink platone berpendapat bahwa strategi dapat dimulai dari merumuskan suatu tujuan. Dalam dunia politik tujuan yang hendak dicapai umumnya adalah untuk mendapatkan kepercayaan rakyat dalam memberikan suara padanya. Arti dari strategi dalam komunikasi politik adalah keseluruhan keputusan kondisional mengenai tindakan yang akan dijalankan di mana tujuannya untuk mencapai suatu tujuan politik pada masa depan.

Strategi dapat didefinisikan sebagai alat untuk mencapai sasaran jangka panjang. Sebagai proses yang dinamis, strategi harus terus-menerus diperbarui agar tetap relevan dengan perubahan lingkungan, menyoroti pentingnya kemampuan beradaptasi dalam perumusannya (David, 2006). Strategi dapat dipahami sebagai suatu perencanaan yang mengatur bagaimana kekuatan, baik secara fisik maupun material, akan dialokasikan dan dimanfaatkan di lokasi tertentu demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam konteks militer, strategi disusun dengan mempertimbangkan berbagai aspek penting seperti posisi serta kekuatan lawan, kondisi geografis medan, kapasitas sumber daya yang dimiliki, struktur penduduk di wilayah tersebut, hingga potensi perubahan situasi yang dapat terjadi.

Sementara itu, dalam dunia bisnis, strategi merujuk pada rangkaian langkah atau rencana operasional yang dijalankan oleh perusahaan untuk mencapai target atau sasaran organisasi. Perusahaan perlu menyusun strategi agar dapat bersaing dan berkembang dengan memaksimalkan sumber daya yang ada. Secara umum, strategi merupakan rencana terpadu yang diterapkan oleh suatu organisasi untuk meraih tujuan tertentu, dengan mempertimbangkan kondisi internal serta dinamika eksternal yang memengaruhi proses pencapaian tersebut.

2.3 Teori Komunikasi Politik

Komunikasi politik menurut Mc. Nair adalah suatu bentuk komunikasi yang dilakukan politisi untuk meraih tujuan tertentu. Mc. Nair berpendapat bahwa komunikasi politik bukan hanya sebagai komunikasi dari aktor politik kepada pemilih dengan maksud untuk mencapai tujuan tertentu, tetapi juga ditujukan kepada para politisi dan pemilih kolomnis surat kabar, serta komunikasi tentang aktor politik dan

aktivitas mereka. Sebagaimana terdapat dalam berita, editorial, dan bentuk diskusi politik media lainnya. Sedangkan menurut Nimmo, komunikasi politik adalah proses komunikasi yang digunakan untuk mempengaruhi pengetahuan, kepercayaan-kepercayaan dan tindakan politik terkait dengan persoalan-persoalan politik.

Pengertian komunikasi politik menurut Miriam Budiardjo adalah "Komunikasi politik merupakan fungsi sosialisasi dan budaya politik. Komunikasi yang berjalan baik menjadi prasyarat sosialisasi politik untuk dapat berjalan dengan baik pula sehingga budaya dapat dilangsungkan dengan baik. Kemudian para ahli komunikasi mendefinisikan bahwa pengertian komunikasi bersumber dari gagasan komunikator yang ingin disampaikan pihak penerima dengan segala daya serta usaha bahkan tipu daya agar pihak penerima mampu untuk memahami serta menerima melalui pesan yang disampaikan.

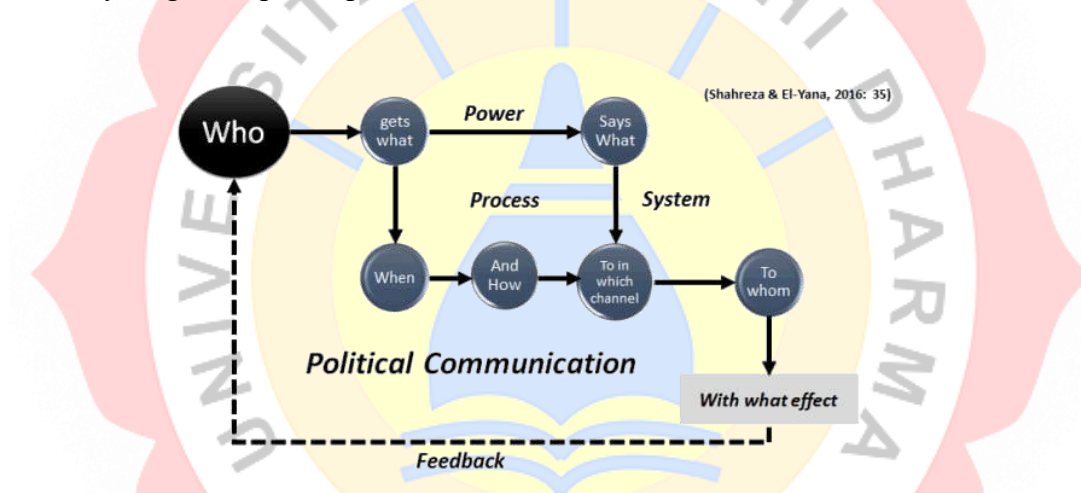
Para ilmuwan politik memandang bahwa sebenarnya politik memiliki komunikasi karena banyak definisi komunikasi yang telah terdapat oleh politik terutama dikarenakan Komunikasi itu pada umumnya bertujuan untuk mempengaruhi. Sedangkan politik mencakup pengaruh sebagai konsep khusus dari kekuasaan sebagai . Sentral kajian politik. Kemudian menurut Harsono Suwardi komunikasi politik adalah setiap bentuk penyampaian pesan baik dalam bentuk lambang-lambang maupun dalam bentuk kata-kata tertulis atau terucap atau dalam sebuah isyarat yang mempengaruhi kedudukan seseorang yang ada dalam suatu struktur kekuasaan tertentu.

Pengertian Teori Komunikasi Politik Komunikasi politik dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan-pesan politik dari para aktor politik kepada publik, baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui beragam saluran komunikasi. Proses ini mencakup penyampaian gagasan, pandangan, atau kebijakan politik dengan tujuan memengaruhi opini publik dan membentuk persepsi masyarakat terhadap isu-isu kenegaraan.

Dalam komunikasi politik, peran tidak hanya diemban oleh politisi atau partai, tetapi juga oleh media massa sebagai perantara informasi, serta masyarakat itu sendiri

sebagai penerima sekaligus penafsir pesan. Ini menunjukkan bahwa komunikasi politik bukanlah proses satu arah, melainkan dua arah, di mana masyarakat dapat merespons melalui opini, sikap, atau partisipasi politik seperti pemilu, diskusi, atau aksi sosial/politik.

Pemahaman ini menegaskan bahwa komunikasi politik melampaui sekadar retorika atau kampanye tokoh politik, ia juga tentang membangun relasi dengan masyarakat melalui pesan-pesan yang terencana. Oleh karena itu, komunikasi politik menjadi esensial dalam sistem demokrasi, karena berkontribusi pada pembentukan kesadaran politik, peningkatan partisipasi warga, serta menjaga hubungan penguasa dan rakyat agar tetap transparan dan dinamis.



Gambar 2. 1 Model Komunikasi Politik (Shahreza & El-Yana, 2016: 35)

Gambar tersebut adalah model komunikasi politik yang merujuk pada teori komunikasi Harold Lasswell yang telah dimodifikasi dan dikembangkan lebih lanjut oleh Shahreza & El-Yana (2016:35). Model ini berusaha menjelaskan alur komunikasi politik secara sistematis, mulai dari aktor politik hingga dampaknya kepada khalayak. Berikut adalah penjabaran setiap elemen dalam diagram tersebut:

1. Who (Siapa)

Merujuk pada komunikator politik – bisa politisi, partai politik, juru bicara, atau tokoh tertentu yang memiliki pesan untuk disampaikan.

2. Gets What (Mendapatkan Apa)

Ini menggambarkan kekuasaan atau power yang dimiliki oleh aktor tersebut. Kekuasaan ini bisa berupa posisi politik, dukungan publik, atau sumber daya lainnya yang memungkinkan ia memiliki otoritas dalam menyampaikan pesan politik.

3. Says What (Mengatakan Apa)

Ini adalah isi atau pesan politik yang ingin disampaikan oleh aktor. Bisa berupa visi-misi, janji kampanye, kritik terhadap kebijakan, atau ajakan untuk memilih.

4. To Whom (Kepada Siapa)

Pesan tersebut ditujukan kepada audiens atau publik tertentu, seperti pemilih, konstituen, kelompok masyarakat, atau lawan politik.

5. To in Which Channel (Melalui Saluran Apa)

Menunjukkan media atau saluran komunikasi yang digunakan, seperti media massa, media sosial, pidato publik, debat politik, atau kampanye langsung.

6. When and How (Kapan dan Bagaimana)

Bagian ini menjelaskan strategi dan waktu komunikasi, yakni kapan pesan disampaikan dan bagaimana cara penyampaian, apakah secara persuasif, argumentatif, atau simbolik.

7. With What Effect (Dengan Dampak Apa)

Mengacu pada hasil atau efek komunikasi politik, seperti perubahan persepsi, sikap, dukungan publik, atau perilaku memilih.

8. Feedback (Umpan Balik)

Digambarkan dengan garis putus-putus, feedback ini adalah tanggapan atau reaksi dari audiens terhadap pesan politik tersebut. Feedback penting untuk mengetahui efektivitas strategi komunikasi yang telah dilakukan.

2.4 Teori Spiral of Silence

Elisabeth Noelle-Neumann mengemukakan Teori Spiral Keheningan (Spiral Of Silence Theory) menggambarkan ketidak inginan seseorang dalam mengungkapkan pendapatnya yang berbeda dengan pendapat orang lain yang lebih banyak. Teori komunikasi yang mengedepankan pada mayoritas sehingga mereka lebih mendapat perhatian dibandingkan minoritas sehingga minoritas tidak memiliki ketegasan dalam mengemukakan pendapatnya karena mereka takut mendapatkan perlakuan isolasi jika menyampaikan pendapatnya.

a) Perkembangan Teori Spiral Of Silence Dalam Media Sosial

Media sosial pada saat ini menjadi media yang banyak diminati dan paling banyak penggunaannya baik generasi Baby Boomers, Gen X, dan generasi milenial. Ada banyak manfaat yang di dapat melalui media sosial berupa informasi, hiburan, berita dan alat sebagai penyambung komunikasi jarak jauh. Tapi pada saat ini media sosial banyak digunakan untuk berdiskusi, menyampaikan aspirasi, pendapat, saran bahkan kritik. Dengan hadirnya media sosial mengubah teori spiral of silence ini karena mereka yang mempunyai pendapat yang minoritas mampu untuk menyuarakan pendapatnya tanpa rasa takut terisolasi.

Teori spiral of silence yang asalnya membungkamkan pendapat minoritas dibandingkan pendapat mayoritas seakan tidak berlaku pada media sosial pada saat ini. Terjadi seperti ini karena teori ini dulunya diterapkan pada media massa yang mana hanya penguasa dan publik figur saja yang dapat menyuarakan pendapatnya kepada khalayak umum sehingga mereka hanya dapat mengonsumsinya dari media massa saja. Pada media sosial semua orang baik dari kalangan manapun dapat berpendapat apa saja walaupun pendapatnya berada di kalangan minoritas. Yang banyak terjadi saat ini yang berdeda itulah yang akan 20 menjadi viral dan akhirnya banyak yang berpihak dan mendapatkan dukungan.

Ada dua kemungkinan kalangan minoritas berani mengungkapkan pendapatnya di media sosial.

A. Kelompok minoritas yang memberontak, karena di media sosial tidak semua orang mengenal dan tahu jelas tentang identitas seseorang, itulah yang membuat mereka berani mengungkapkan pendapatnya walaupun berada di kelompok minoritas. Jika terjadi isolasi dan pengucilan dari kelompok mayoritas tidak terjadi langsung secara fisik sehingga mereka berani untuk memberontak.

B. Kelompok minoritas yang merasa di kalangan mayoritas karena cangkupan media sosialnya. Pada saat ini banyak istilah follower atau pengikut akun media sosial seseorang jika semakin banyak mereka merasa semakin banyak yang mendukungnya. Pada dasarnya mereka berada di kelompok minoritas tetapi merasa di kelompok mayoritas.

Teori spiral of silence adalah teori yang bercenderungan pendapat yang minoritas memilih untuk diam karena pendapatnya mengenai suatu subjek lebih sedikit dan pasti terkalahkan dengan pendapat yang mayoritas. Teori spiral of silence adalah teori yang terbentuk dari suatu pendapat yang ada pada masyarakat. Proses saling mempengaruhi antara komunikasi antar pribadi, komunikasi massa dan pendapat masing-masing orang terbentuk dari pendapat umum oleh masyarakat. Teori spiral keheningan merupakan teori dari teori-teori komunikasi massa, opini yang terbentuk dari berbagai isu tetapi memiliki keraguan dan ketakutan untuk mengungkapkan opininya akhirnya opininya bersifat tertutup.

Teori spiral of silence, yang pertama kali diperkenalkan oleh Elisabeth Noelle-Neumann pada tahun 1974, muncul dari observasinya terhadap kecenderungan individu untuk menahan diri ketika merasa pendapatnya tidak sejalan dengan opini mayoritas. Teori ini lahir dari kekhawatiran tentang bagaimana suara-suara minoritas dapat lenyap dari ruang publik, bukan karena tidak ada, tetapi karena tidak diungkapkan. Noelle-Neumann menyadari bahwa dalam berbagai situasi sosial, orang cenderung mempertimbangkan opini publik sebelum memutuskan apakah akan menyatakan pandangannya.

Pada intinya, teori ini menjelaskan bahwa individu memiliki ketakutan mendalam akan pengucilan sosial. Oleh karena itu, mereka cenderung mengamati opini yang berkembang dan mengidentifikasi mana yang paling dominan. Jika seseorang merasa pandangannya berbeda atau bertentangan dengan pandangan yang dianggap umum, mereka secara alami akan memilih untuk diam. Sebaliknya, jika pendapatnya selaras dengan arus utama atau didukung banyak orang, kepercayaan diri untuk berbicara akan meningkat. Pola ini tanpa disadari menciptakan lingkaran diam yang berulang, di mana semakin banyak yang diam, opini dominan akan tampak semakin kuat, padahal mungkin tidak mencerminkan realitas seluruh masyarakat.

Proses diam ini bukan sekadar pasif, melainkan didorong oleh tekanan psikologis dan sosial. Individu lebih mengutamakan harmoni sosial daripada membahayakan posisi sosialnya dengan menyuarakan opini yang dianggap menyimpang. Dalam konteks ini, media memainkan peran krusial dalam membentuk persepsi publik tentang opini mayoritas. Ketika media lebih banyak menampilkan satu sudut pandang, masyarakat cenderung menganggapnya sebagai pandangan paling umum, padahal mungkin ada banyak opini lain yang tidak terwakili. Inilah yang mempercepat fenomena spiral of silence.

Fenomena ini sering terlihat dalam komunikasi politik, terutama menjelang pemilu atau saat muncul isu-isu kontroversial. Contohnya, seseorang mungkin tidak setuju dengan kebijakan, tetapi enggan menyatakannya karena takut dianggap berbeda atau dijauhi lingkungannya. Dalam jangka panjang, spiral of silence dapat mengakibatkan dominasi satu opini dalam wacana publik, bukan karena ia benar-benar mayoritas, tetapi karena suara lain tidak mendapat ruang. Oleh karena itu, teori ini menekankan pentingnya kebebasan berbicara dan ruang publik yang inklusif agar semua suara dapat didengar tanpa rasa takut akan konsekuensi sosial.

2.5 Teori New Media

Dalam beberapa tahun terakhir, kemajuan pesat dalam teknologi komunikasi telah melahirkan bentuk komunikasi baru yang dikenal sebagai media baru (new media). Media baru merupakan hasil dari transformasi teknologi digital yang mengubah cara

manusia berinteraksi dan menyampaikan pesan. Keberadaan media ini telah menjadi instrumen penting dalam berbagai aktivitas komunikasi, baik di tingkat individu, kelompok, organisasi, maupun negara. Keunggulan utama dari media baru terletak pada kemampuannya menyampaikan informasi secara lebih cepat, luas, dan interaktif dibandingkan media konvensional.

(Manovich, 2003) Dalam karyanya *The New Media Reader*, dijelaskan bahwa media baru adalah komponen budaya kontemporer yang beroperasi dalam paradigma komunikasi modern. Media ini memanfaatkan teknologi komputer dan pengolahan data digital yang dikelola melalui beragam perangkat lunak untuk mendistribusikan informasi. Dalam konteks ini, jaringan digital menjadi elemen penting dalam penyebaran informasi, memungkinkan komunikasi berlangsung secara simultan dan global.

Senada dengan itu, (Lister, 2009) dalam bukunya *New Media: A Critical Introduction* menekankan bahwa Media baru merefleksikan pergeseran fundamental dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi media. Perubahan ini bukan hanya aspek teknologi, melainkan juga budaya, ditandai dengan komunikasi yang tidak lagi satu arah, melainkan memungkinkan partisipasi aktif pengguna. Media baru memfasilitasi hubungan yang lebih dinamis antara pengirim dan penerima pesan, menghasilkan komunikasi yang lebih terbuka dan dialogis.

Sementara itu, Miles dan rekan-rekannya sebagaimana dikutip dalam penelitian Herlina, Setiadi, & Putri (2017), menyatakan bahwa Media baru adalah hasil konvergensi beragam teknologi informasi, meliputi komputer, jaringan digital, dan bentuk komunikasi berbasis digital. Konvergensi ini memungkinkan media menjangkau audiens secara luas dan menyalurkan pesan dengan cepat, sehingga meningkatkan efisiensi dalam proses komunikasi.

Pandangan lain dikemukakan oleh Flew dalam studi yang dianalisis oleh Mujiati (2022), yang menegaskan bahwa kemunculan internet dan World Wide Web merupakan tonggak penting dalam evolusi media baru. Internet membawa karakteristik

unik seperti konvergensi, jangkauan global, interaktivitas, dan kemampuan komunikasi *many-to-many*. Ini berarti internet bukan hanya alat untuk mengonsumsi informasi, tetapi juga platform di mana pengguna bisa membuat, menyebarkan, dan merespons informasi secara langsung. Oleh karena itu, internet dianggap sebagai bentuk komunikasi modern yang dapat memfasilitasi berbagai model interaksi, mulai dari komunikasi interpersonal, komunikasi massa, hingga komunikasi berbasis komputer.

Media sosial sebagai bagian dari media baru juga menjadi ruang interaktif yang penting. Situs jejaring sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan blog pribadi merupakan platform yang memungkinkan individu membentuk profil, berinteraksi, dan menyebarkan informasi secara luas. Platform ini berkembang dari tujuan awal menghubungkan individu lintas wilayah seperti yang dilakukan oleh *SixDegrees.com* sebagai jejaring sosial pertama menjadi sarana utama dalam komunikasi sosial, kampanye politik, promosi bisnis, dan penyebaran informasi publik (Mujiati, 2022).

Kemajuan teknologi digital membuat akses terhadap media sosial semakin mudah, meskipun tetap bergantung pada perangkat seperti smartphone, laptop, dan koneksi internet. Namun, popularitas media sosial terus meningkat dan menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern. Tidak hanya digunakan secara personal, berbagai lembaga dan institusi juga memanfaatkan media sosial untuk menjangkau publik, memperluas informasi, serta membangun citra institusi.

Dalam dunia komunikasi politik, media baru telah menjadi alat penting dalam strategi kampanye. Masyarakat tidak lagi sekadar menjadi penerima informasi, tetapi turut berperan sebagai penyebar dan pembuat konten. Pola ini mendorong terbentuknya ruang publik digital yang aktif dan demokratis. Salah satu contohnya adalah Christian Lois, calon legislatif DPRD Kota Tangerang, yang secara aktif memanfaatkan situs *web* dan *platform* media sosial sebagai bagian dari strategi komunikasinya. Ia menggunakan media ini untuk menyampaikan visi, program kerja, serta mendekatkan diri kepada masyarakat, baik dalam lingkup internal tim maupun eksternal kepada calon pemilih.

Dengan demikian, pemanfaatan media baru bukan sekadar alternatif, melainkan telah menjadi kebutuhan fundamental dalam komunikasi politik modern. Media ini memungkinkan terciptanya komunikasi yang lebih efektif, terukur, serta menjangkau berbagai segmen masyarakat secara luas.

A. Kelebihan Teori *New Media*

Media baru atau new media, khususnya dalam bentuk media online, menawarkan keunggulan dalam hal kecepatan interaksi, efisiensi operasional, dan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan media konvensional. Salah satu keunggulan utama dari media online adalah kemampuannya untuk menyajikan informasi terkini secara cepat dan mudah diakses oleh publik. Namun demikian, efektivitas media ini sangat dipengaruhi oleh kualitas koneksi internet yang digunakan. Koneksi yang stabil dan cepat akan mendukung penyampaian informasi yang efisien dan tepat waktu kepada audiens.

Dalam konteks komunikasi massa, media online dikategorikan sebagai bagian dari media massa karena mampu menjangkau khalayak yang luas secara simultan melalui berbagai platform digital. Internet, sebagai salah satu inovasi teknologi komunikasi yang paling signifikan, telah memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memilih, mengakses, dan mengelola informasi yang mereka butuhkan secara lebih cepat dan efisien dibandingkan dengan media tradisional. Internet juga memiliki keunggulan dalam mengatasi kendala geografis dan temporal, menjadikan proses komunikasi dapat berlangsung tanpa batas ruang dan waktu.

Sebagai medium komunikasi, internet memainkan peran sentral dalam menyampaikan pesan dari pengirim ke penerima. Karakteristik utama dari media ini adalah sifatnya yang transaksional dimana terjadi interaksi timbal balik yang berlangsung secara terus-menerus antara para pengguna. Setiap interaksi yang terjadi melalui media ini memungkinkan adanya respons langsung atau umpan balik dari penerima pesan, menjadikannya sebagai komunikasi dua arah yang dinamis.

Lebih jauh, komunikasi melalui internet juga melibatkan pertimbangan partisipatif dari masing-masing individu dalam menilai manfaat dan risiko dari setiap

interaksi. Inilah yang membedakan komunikasi digital dari komunikasi satu arah konvensional. Selain itu, kemajuan teknologi komputer dan jaringan internet juga telah menghapus ketergantungan pada media berbasis kabel. Kini, transmisi informasi dapat berlangsung secara nirkabel dan menjangkau pengguna di berbagai belahan dunia dengan kecepatan tinggi. Oleh karena itu, internet dianggap sebagai media komunikasi yang tidak hanya efisien dan fleksibel, tetapi juga sangat inovatif dalam memperluas ruang interaksi sosial dan penyebaran informasi global.

2.6 Partai Solidaritas Indonesia (PSI)

Partai Solidaritas Indonesia, atau yang dikenal dengan singkatan PSI, merupakan partai politik yang muncul dari semangat reformasi generasi muda. Diresmikan pada 16 November 2014, PSI didirikan oleh kelompok profesional, aktivis sosial, dan anak muda yang ingin membawa perubahan dalam dunia politik Indonesia. Partai ini hadir dengan membawa nilai-nilai kebaruan seperti antikorupsi, keterbukaan, serta peran aktif anak muda dalam sistem demokrasi.

Dalam orientasi politiknya, PSI menekankan pentingnya solidaritas sosial, kesetaraan hak, dan keberagaman, serta berkomitmen pada transparansi dalam berbagai proses organisasi dan politiknya. Berbeda dengan partai politik tradisional, PSI menerapkan sistem seleksi calon legislatif secara terbuka dan transparan, serta aktif melibatkan publik dalam proses pengambilan keputusan melalui saluran digital.

Salah satu keunggulan PSI terletak pada kemampuannya dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya media sosial, sebagai alat utama dalam membangun hubungan dengan publik. Platform seperti Instagram, TikTok, hingga YouTube menjadi ruang komunikasi utama bagi para kader dan calegnya dalam menyampaikan gagasan politik serta membangun citra personal dan partai.

Walaupun pada Pemilu 2019 PSI belum berhasil meraih kursi di parlemen nasional karena tidak memenuhi ambang batas 4%, partai ini tetap mampu meraih kursi legislatif di sejumlah daerah, seperti di tingkat kota dan provinsi. Hal tersebut menjadi

dorongan bagi PSI untuk melakukan pembenahan internal dan merancang strategi yang lebih matang menjelang Pemilu 2024.

Di tahun 2024, PSI mencoba merebut kembali kepercayaan publik melalui kampanye yang lebih terstruktur dan berfokus pada pemilih muda. Dengan mengedepankan pendekatan yang inklusif, gaya komunikasi yang segar, serta penyampaian pesan yang bersifat dua arah, PSI mencoba mengisi ruang politik yang selama ini dianggap jauh dari aspirasi generasi milenial dan Gen Z. Salah satu contohnya adalah Christian Lois, caleg muda dari Dapil III Kota Tangerang, yang menjalankan kampanye politik berbasis digital dan personal branding, serta aktif turun ke masyarakat.

Secara keseluruhan, PSI hadir sebagai alternatif partai modern yang menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi informasi, serta menjadikan komunikasi politik sebagai kunci utama dalam strategi pemenangannya.

2.7 Calon Legislatif (Caleg)

Caleg merupakan individu yang mencalonkan diri dalam kontestasi pemilihan umum dengan tujuan untuk memperoleh kursi di lembaga legislatif, baik di tingkat nasional seperti DPR, maupun di tingkat daerah seperti Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD). Mereka tidak mencalonkan diri secara independen, melainkan diusung oleh partai politik yang telah memenuhi syarat untuk berpartisipasi dalam pemilu. Peran caleg sangat penting karena apabila terpilih, mereka akan menjadi representasi langsung masyarakat dalam proses pengambilan keputusan di ranah legislatif.

Di Indonesia, proses pencalonan sebagai caleg tidak serta-merta. Seseorang harus terlebih dahulu diusulkan oleh partai politik yang lolos verifikasi KPU. Selain itu, terdapat sejumlah kriteria yang harus dipenuhi oleh calon legislatif, seperti batas usia minimum, tingkat pendidikan tertentu, serta rekam jejak hukum yang bersih dari tindak pidana berat. Setelah melewati proses administratif tersebut, calon kemudian mengikuti

tahapan verifikasi dan kampanye, yang pelaksanaannya diatur secara ketat oleh peraturan perundang-undangan.

Fungsi utama seorang anggota legislatif apabila terpilih adalah menjembatani kepentingan rakyat dengan kebijakan yang disusun oleh negara. Mereka berperan dalam menyusun peraturan perundang-undangan, menetapkan anggaran, dan melakukan fungsi pengawasan terhadap pelaksanaan pemerintahan. Oleh karena itu, proses pemilihan caleg tidak hanya sekadar pemenuhan prosedur demokrasi, tetapi juga menjadi penentu arah kebijakan publik serta kualitas tata kelola pemerintahan ke depan.

Pengaruh caleg dalam dinamika politik sangat signifikan, baik di tingkat lokal maupun nasional. Oleh sebab itu, kapasitas, kapabilitas, serta integritas dari para caleg yang berhasil terpilih sangat menentukan efektivitas fungsi lembaga legislatif sebagai pengimbang kekuasaan eksekutif dan sebagai representasi aspirasi masyarakat dalam sistem demokrasi.

2.8 Dapil III Kota Tangerang

Dalam sistem pemilihan legislatif di Kota Tangerang, pembagian daerah pemilihan (dapil) menjadi penting karena menjadi dasar representasi wilayah di DPRD. Salah satu wilayah yang cukup strategis adalah Dapil III, yang terdiri dari dua kecamatan, yaitu Cipondoh dan Pinang. Kedua wilayah ini memiliki keragaman demografis dan sosial yang khas. Di satu sisi, kawasan ini tumbuh sebagai wilayah hunian dengan tingkat kepadatan penduduk yang cukup tinggi. Di sisi lain, terdapat pula kantong-kantong komunitas warga yang mulai terbuka terhadap perkembangan politik, terutama di kalangan anak muda dan masyarakat urban.

Wilayah ini mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir, baik dari segi pembangunan fisik maupun jumlah penduduk. Banyak perumahan baru tumbuh, sekaligus hadirnya generasi muda yang aktif di media sosial dan lebih peduli terhadap isu-isu sosial dan politik. Hal ini menjadikan Dapil III sebagai salah satu

kantong suara yang menjanjikan, terutama bagi partai-partai baru seperti PSI yang menysasar pemilih muda dan segmen yang lebih kritis terhadap politik tradisional.

Masyarakat di Cipondoh dan Pinang menunjukkan pola komunikasi yang cukup dinamis. Mereka tidak hanya terhubung lewat pertemuan fisik seperti pengajian, kegiatan RT/RW, atau acara lingkungan, tapi juga sangat aktif di platform digital seperti WhatsApp, Instagram, dan media lokal daring. Karena itu, kampanye politik di dapil ini menuntut pendekatan yang kreatif dan adaptif—tidak hanya sekadar membagikan brosur atau memasang baliho, tetapi juga harus bisa hadir dalam percakapan sehari-hari warga, baik secara langsung maupun melalui media sosial.

Dari karakteristik ini, bisa dilihat bahwa keberhasilan calon legislatif di wilayah ini tidak hanya ditentukan oleh popularitas atau latar belakang partai, tetapi juga oleh kemampuannya membangun kedekatan dengan warga. Mereka yang bisa menyampaikan pesan politik secara sederhana, jujur, dan konsisten, biasanya lebih mudah diterima. Inilah yang menjadikan Dapil III sebagai medan yang menarik untuk melihat bagaimana strategi komunikasi politik diterapkan secara langsung dan nyata di lapangan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan kerangka metodologi kualitatif. Kerangka kerja ini dipilih karena kapasitasnya untuk secara menyeluruh mengeksplorasi seluk-beluk dan mekanisme komunikasi politik yang dilakukan oleh Christian Lois selama kampanye pemilihan tahun 2024. Dengan memanfaatkan metodologi ini, para peneliti tidak hanya berkonsentrasi pada hasil akhir dari proses komunikasi politik tetapi juga berusaha untuk memahami signifikansi di balik strategi yang digunakan, serta penerimaan publik terhadap strategi-strategi ini di dalam Konstituensi III Kota Tangerang.

Pendekatan metodologis yang diadopsi adalah penelitian deskriptif kualitatif. Pendekatan ini dianggap cocok karena memfasilitasi para peneliti dalam menjelaskan dan menafsirkan fenomena secara ekstensif dan teliti. Dalam lingkup penelitian ini, para sarjana bertujuan untuk menggambarkan strategi komunikasi politik yang digunakan oleh Christian Lois, meliputi pesan yang disampaikan, media yang digunakan, serta strategi interpersonal yang diberlakukan dalam budaya hubungan dengan konstituen.

Akuisisi data dilakukan melalui wawancara komprehensif yang dilakukan dengan beberapa informan kunci, termasuk tim kampanye yang sukses dan Christian Lois sendiri, yang merupakan subjek komunikasi politik. Teknik wawancara ini semi-terstruktur, memungkinkan fleksibilitas dalam ekstraksi informasi sambil tetap berlabuh dalam pedoman wawancara yang telah ditetapkan sebelumnya.

Selain wawancara, para peneliti juga terlibat dalam pengamatan lapangan dan analisis dokumen, yang mencakup materi kampanye, konten media sosial, dan data dari tim kampanye. Dengan menggabungkan metodologi pengumpulan data yang beragam ini, para peneliti bercita-cita untuk mencapai pemahaman holistik dan menyeluruh tentang strategi komunikasi yang digunakan.

Untuk meningkatkan ketahanan dan keandalan data yang dikumpulkan, para peneliti menerapkan teknik triangulasi, yang melibatkan membandingkan data dari berbagai sumber untuk memastikan validitasnya. Akibatnya, hasil penelitian ini diantisipasi untuk memberikan kontribusi ilmiah yang tidak hanya menguraikan strategi komunikasi dalam arti umum tetapi juga menerangi konteks sosiopolitik yang mendukung keberhasilan Christian Lois sebagai kandidat PSI di konstituen tersebut.

3.2 Subjek dan Objek Penelitian

3.2.1 Subjek Penelitian

Individu yang terpilih untuk analisis dalam upaya penelitian ini adalah Christian Lois, calon yang berafiliasi dengan parpol PSI, yang memperebutkan kursi di DPRD Kota Tangerang yang mewakili Daerah III pada Pemilu 2024. Christian Lois ditunjuk sebagai subjek fokus karena pencapaiannya yang menonjol dalam menyusun strategi komunikasi politik yang kuat yang pada akhirnya menghasilkan perolehan basis pemilih yang besar di lokalitas tersebut, terlepas dari afiliasinya dengan parpol yang baru didirikan dan jaringan dukungan yang relatif baru lahir.

Dalam kerangka penyelidikan ini, Christian Lois dianggap tidak hanya sebagai subjek penting untuk pemeriksaan strategi komunikasinya tetapi juga sebagai simbol bagaimana kandidat yang muncul dari partai-parpol alternatif menggunakan metodologi komunikasi yang dapat disesuaikan untuk menavigasi kompleksitas persaingan politik lokal. Akibatnya, penelitian ini sangat terkonsentrasi pada inisiatif komunikatif yang dilakukan oleh Christian Lois, yang mencakup pemanfaatan platform media sosial, keterlibatan langsung dengan konstituen, serta kontribusi tim kampanye dalam kurasi citra publiknya dan membina hubungan dengan pemilih.

Selain Christian Lois sebagai subjek utama analisis, penelitian ini selanjutnya menggabungkan pilihan informan pendukung yang secara aktif terlibat dalam kegiatan kampanye, khususnya:

1. Christian Lois (Informan 1)
2. Tim Sukses, Efi Musaefi (Informan 2)

Wawasan yang diperoleh dari informan ini berperan penting dalam menambah perspektif analitis dan memperkuat interpretasi data yang dikumpulkan selama proses penelitian.

3.2.2 Objek Penelitian

Titik fokus penelitian ini berkaitan dengan strategi komunikasi politik yang digunakan Christian Lois dalam upaya pencalonannya sebagai wakil legislatif dari PSI di Dapil III Kota Tangerang untuk pemilihan umum 2024. Strategi komunikasi politik di bawah pengawasan mencakup banyak kegiatan komunikatif yang dirancang untuk menumbuhkan citra positif, mengartikulasikan pesan politik, dan menumbuhkan hubungan dengan pemilih di wilayah tertentu.

Penelitian ilmiah ini terutama terkonsentrasi pada metodologi yang digunakan dalam perumusan pesan politik, saluran media yang digunakan untuk penyebarannya, dan sifat interaksi langsung dan tidak langsung yang dibangun antara Christian Lois dan konstituennya. Ini mencakup pemanfaatan platform media sosial, kampanye digital, forum diskusi warga, dan pendekatan inovatif lainnya yang beresonansi dengan karakteristik pemilih muda dan perkotaan di Dapil III.

Selain itu, subjek penelitian ini juga mencakup dinamika komunikasi antara Christian Lois dan tim kampanyenya. Analisis hubungan komunikasi internal ini sangat penting, karena secara signifikan berdampak pada strategi eksternal yang digunakan dalam penjangkauan publik. Dengan demikian, ruang lingkup penelitian ini melampaui kegiatan kampanye yang dapat diamati belaka, menggali proses komunikasi di belakang panggung yang rumit yang mempengaruhi strategi menyeluruh. Melalui pemeriksaan komprehensif dari penelitian ini, peneliti bercita-cita untuk menjelaskan mekanisme dalam komunikasi politik diatur secara sistematis oleh kandidat dari partai-parpol yang muncul, sehingga menavigasi tantangan yang ditimbulkan oleh persaingan ketat di tingkat regional.

3.2.3 Sumber Data Premier

Sumber data utama untuk penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara komprehensif dengan:

1. Christian Lois, yang menjabat sebagai Anggota Legislatif DPRD Kota Tangerang Dapil III (Cipondoh dan Pinang) dan juga tokoh utama yang mengatur strategi komunikasi politik dalam kampanyenya.
2. Efi Musaefi, Anggota kunci dari tim sukses dan sukarelawan secara aktif terlibat dalam perumusan dan implementasi strategi komunikasi.

3.2.4 Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah dokumen dan bahan lampiran yang dilakukan selama kampanye dalam kemenangan pemilu legislatifnya.

3.3 Teknik Perolehan Data

Fase yang sangat penting dan perlu dikaji mendalam pada metode ilmiah adalah teknik pengumpulan data. Pengumpulan data yang direalisasikan dengan menggunakan proses yang logis dan sistematis untuk menghasilkan data yang dapat diandalkan dan dipergunakan sebagai landasan informasi yang akurat. Informasi tersebut dapat diperoleh secara langsung maupun tidak langsung. Tujuannya adalah agar memberikan bantuan yang tepat untuk analisis dan memperkaya pembahasan penelitian secara tepat, menarik kesimpulan, menghasilkan solusi, dan membantu menyelesaikan masalah yang muncul bagi para peneliti Adapun penelitian ini menggunakan teknik pemerolehan data dalam penelitian ini yaitu:

3.3.1 Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dalam survei yang dilakukan dengan mengajukan serangkaian pertanyaan secara lisan kepada informan. Teknik ini, atau dikenal juga dengan *interview*, bertujuan untuk mendapatkan informasi verbal melalui proses tanya jawab dengan narasumber yang relevan (Ruslan, 2010).

Wawancara mendalam dilakukan untuk menggali informasi secara langsung dari pihak-pihak yang berperan atau mengetahui secara rinci proses komunikasi politik

Christian Lois dalam kampanye pemilihan legislatif tahun 2024. Narasumber utama mencakup Christian Lois selaku caleg dan tim sukses. Wawancara dilaksanakan secara semi-terstruktur agar peneliti dapat mengarahkan pembicaraan sesuai topik, namun tetap memberi ruang bagi narasumber untuk menjelaskan dengan lebih luas dan terbuka.

Alat yang dimanfaatkan untuk wawancara dalam penelitian ini adalah:

- 1) Smartphone OPPO A31: berfungsi dalam merekam semua percakapan atau pembicaraan, dengan memanfaatkan aplikasi bawaan yakni voice recorder
- 2) Kamera: untuk memotret disaat sedang melaksanakan pembicaraan dengan informan atau sumber data.

Berikut ini pedoman wawancara yang digunakan dalam penelitian ini disusun dalam tabel berikut:

Tabel 3. 1 Pedoman Wawancara Informan (Christian Lois)

| No | Pertanyaan | Indikator |
|----|---|--|
| 1 | Apa alasan utama Anda maju sebagai caleg PSI di Dapil III Kota Tangerang? | Motivasi pribadi dan kesesuaian ideologi dengan partai |
| 2 | Bagaimana Anda menyusun strategi komunikasi kampanye? | Perencanaan dan struktur strategi kampanye |
| 3 | Apa platform komunikasi utama yang Anda gunakan, dan mengapa? | Pemilihan media kampanye berdasarkan karakteristik pemilih |
| 4 | Bagaimana pendekatan Anda kepada pemilih muda atau pemula? | Segmentasi dan pendekatan khusus untuk generasi muda |
| 5 | Apakah Anda terlibat langsung dalam produksi konten kampanye? | Keterlibatan pribadi dalam proses komunikasi |
| 6 | Apa tantangan terbesar yang Anda hadapi dalam menyampaikan pesan politik? | Hambatan komunikasi dan respons publik |
| 7 | Menurut Anda, strategi komunikasi mana yang paling efektif? | Evaluasi efektivitas strategi yang digunakan |
| 8 | Bagaimana Anda mengukur keberhasilan strategi komunikasi yang Anda lakukan? | Ukuran dan indikator keberhasilan komunikasi |
| 9 | Apakah ada perubahan strategi selama kampanye berlangsung? | Fleksibilitas dan adaptasi strategi kampanye |

| No | Pertanyaan | Indikator |
|----|---|--|
| 10 | Bagaimana Anda membangun kedekatan emosional dengan masyarakat selama kampanye? | Pendekatan emosional dan keterlibatan sosial |
| 11 | Bagaimana peran tim sukses Anda dalam mendukung strategi komunikasi kampanye? | Peran dan kontribusi tim sukses |
| 12 | Seberapa besar peran media lokal dalam kampanye Anda? | Strategi kolaborasi dengan media lokal |
| 13 | Bagaimana Anda menyampaikan isu-isu kampanye agar mudah dipahami warga? | Penyederhanaan pesan politik |
| 14 | Apakah kampanye tatap muka masih efektif di era digital? | Kombinasi komunikasi langsung dan digital |
| 15 | Apa yang Anda pelajari secara pribadi dari proses kampanye ini? | Refleksi personal terhadap pengalaman kampanye |

Tabel 3. 2 Pedoman Wawancara Informan Efi Musaefi (Tim Sukses)

| No | Pertanyaan | Indikator |
|----|---|--|
| 1 | Sejak kapan Anda bergabung menjadi tim sukses Christian Lois dan apa motivasi Anda? | Keterlibatan awal dan motivasi pribadi |
| 2 | Apa peran utama Anda dalam tim sukses? | Fungsi dan tanggung jawab di tim |
| 3 | Bagaimana strategi komunikasi kampanye dirancang? | Proporsi media digital dan tatap muka dalam strategi |
| 4 | Seberapa besar peran media sosial untuk menjangkau pemilih muda? | Pemanfaatan platform digital dan pengaruhnya |
| 5 | Apa pendekatan lapangan yang dilakukan untuk mendekati generasi muda? | Pendekatan informal dan keterlibatan komunitas |
| 6 | Bagaimana tim menampung aspirasi generasi muda? | Metode penyerapan aspirasi secara langsung |
| 7 | Apa saja kendala utama dalam menyampaikan pesan kampanye? | Tantangan dalam media sosial dan lapangan |
| 8 | Bagaimana respons generasi muda terhadap kampanye Christian Lois? | Dampak kampanye terhadap pemilih muda |
| 9 | Bagaimana tim mengevaluasi strategi komunikasi terhadap generasi muda? | Evaluasi berdasarkan umpan balik publik |
| 10 | Apa faktor utama yang membuat pendekatan ke generasi muda ini berhasil? | Kesesuaian karakter kandidat dengan target pemilih |

| No | Pertanyaan | Indikator |
|----|--|---|
| 11 | Mengapa generasi muda menjadi fokus utama dalam kampanye ini? | Alasan strategis dan demografis |
| 12 | Apa jenis konten yang paling disukai pemilih muda selama kampanye? | Format dan gaya konten kampanye |
| 13 | Apakah ada kolaborasi dengan komunitas atau tokoh lokal dalam kampanye ini? | Keterlibatan pihak eksternal dalam kampanye |
| 14 | Bagaimana tim menjaga konsistensi pesan kampanye agar tetap relevan bagi pemilih muda? | Kesinambungan pesan di berbagai kanal |
| 15 | Apa harapan Anda terhadap partisipasi anak muda setelah kampanye ini? | Harapan atas dampak jangka panjang partisipasi politik pemuda |

3.3.2 Dokumentasi

Menurut (Yin, 2018) Kegiatan dokumentasi ini menitikberatkan pada pengumpulan data dari berbagai sumber. Tujuannya adalah untuk mendukung penelitian teoritis yang sedang berjalan. Dokumen-dokumen yang terkumpul ini dapat dimanfaatkan kembali karena mampu menyediakan data akurat dalam beragam format, sehingga memungkinkan analisis studi kasus serta data dari lokasi, periode waktu, dan kurun waktu yang berbeda.

Untuk memesan menganalisis dan menginterpretasikan data yang diperoleh dari hasil wawancara untuk menganalisis dan menafsirkan data yang diperoleh dari hasil wawancara. Dokumen yang digunakan antara lain materi promosi seperti konten media sosial, selebaran, poster digital, serta deskripsi acara yang diselenggarakan dalam bentuk foto. Melalui dokumentasi ini peneliti dapat memeriksa pola komunikasi yang digunakan dan melakukan verifikasi silang mengenai informasi yang telah di analisis yang sebelumnya sudah ditelaah dari narasumber.

Secara umum, ada beberapa kriteria yang menjadi pertimbangan peneliti terhadap partisipan, yaitu bersedia mengikuti komunikasi politik dalam rangka kampanye digital yang dipimpin Michael Eka selaku Caleg PSI pada Pemilu 2024 dan bersedia mengikuti proses pemenangan. Terkait hal ini, dipilihlah tiga partisipan karena mampu

memberikan data bagi penelitian ini .tiga partisipan yang dipilih karena mereka mampu memberikan data untuk penelitian ini .

1. Christian Lois

Caleg PSI dipilih sebagai informan dan partisipan karena berperan sebagai objek utama pada penelitian ini. Christian Lois merupakan Caleg dari PSI untuk DPRD Kota Tangerang Dapil III Cipondoh dan Pinang. Dalam hal ini, ia memimpin dan merumuskan strategi pemenangan sehingga dapat menggambarkan visi dan kepemimpinan juga menjalin hubungan dengan Masyarakat agar mendapat dukungan pada Pemilu 2024.

2. Efi Musaefi

Efi Musaefi adalah tim sukses dari Christian Lois. Efi dipilih sebagai partisipan dikarenakan berperan dalam manajemen keseluruhan struktur partai, merumuskan jalannya komunikasi politik dan menjalankan pemenangan pemilu sehingga mampu menggambarkan gambaran dari politik yang sedang berjalan maupun yang dijalankan. Proses wawancara dilakukan di Gedung DPRD Kota Tangerang secara offline dengan waktu yang sudah ditentukan.

3.3.3 Observasi

Observasi merupakan sebuah pengamatan secara langsung terhadap suatu objek yang ada di lingkungan baik itu yang sedang berlangsung atau masih dalam tahap yang meliputi berbagai aktivitas perhatian terhadap suatu kajian objek yang menggunakan pengindraan, dan merupakan dari suatu tindakan yang dilakukan secara sengaja atau sadar dan juga sesuai urutan.

Observasi adalah metode pengumpulan data yang mengharuskan peneliti mengamati secara langsung objek atau fenomena dalam konteks spesifik. Tujuannya adalah untuk memahami perilaku, interaksi, atau kondisi tertentu secara mendalam. Teknik ini sering dipakai dalam penelitian kualitatif untuk memperoleh data yang kaya dan otentik, karena peneliti terlibat aktif di lapangan (Creswell, 2014).

Berikut ini pedoman wawancara yang digunakan dalam penelitian ini disusun dalam tabel berikut:

3.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Dalam penelitian ini mengacu pada teknik pengumpulan data dilakukan melalui beberapa langkah yaitu dimulai dari transkrip hasil wawancara, pengumpulan data berdasarkan judul, dan diakhiri dengan proses interpretasi. Data yang diperoleh dari wawancara dengan informasi langsung dan izin menggunakan perekam suara melalui ponsel kemudian didokumentasikan secara menyeluruh sehingga hasil penelitian dapat dianalisis secara komprehensif.

Setelah proses transkrip, peneliti melakukan pengorganisasian data dengan cara mengelompokkan informasi ke dalam kategori sesuai fokus penelitian, seperti strategi komunikasi, penggunaan media, pesan kampanye, dan keterkaitan teoritis. Pengelompokan ini memudahkan peneliti dalam menemukan pola, hubungan, dan makna dari data yang terkumpul.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis mendalam, yaitu dengan mengidentifikasi temuan penelitian utama yang muncul dari hasil wawancara. Peneliti membaca berulang-ulang data transkrip, memberi kode pada bagian-bagian penting, dan menyusunnya menjadi tema yang relevan dengan rumusan masalah.

Tahapan analisis dilakukan sebagai berikut:

1. Reduksi Data: Menyaring data yang penting, relevan, dan sesuai dengan fokus penelitian.
2. Penyajian Data: Menyusun data ke dalam bentuk narasi deskriptif berdasarkan tema-tema temuan.
3. Penarikan Kesimpulan: Menyimpulkan hasil analisis untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

Dengan pendekatan ini, peneliti dapat memahami strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh Christian Lois secara menyeluruh dan kontekstual berdasarkan pengalaman langsung para informan.

3.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Dapil III Kota Tangerang, tempat di mana Christian Lois mencalonkan diri sebagai caleg dari PSI. Lokasi ini dipilih karena lokasi tersebut berfungsi sebagai lokasi pada pemilih utama dan fondasi bisnis, serta berfungsi sebagai titik fokus strategi komunikasi politik Christian Lois. Periode pelaksanaan kajian adalah pada bulan Maret 2025 sampai dengan bulan Juni 2025.

Tabel 3.3 Alur dan Waktu Penelitian

| Tahap Penelitian | Tanggal Pelaksanaan | Kegiatan Utama |
|----------------------------------|----------------------------|--|
| Persiapan Penelitian | 1 – 10 Maret 2025 | <ul style="list-style-type: none"> - Menyusun proposal penelitian. - Mengurus perizinan penelitian di wilayah Dapil III Kota Tangerang. - Menentukan narasumber kunci (Christian Lois dan Efi Musaefi). |
| Pengumpulan Data Tahap I | 11 – 25 Maret 2025 | <ul style="list-style-type: none"> - Observasi awal di Kecamatan Cipondoh dan Kecamatan Pinang. - Mengidentifikasi lokasi strategis kegiatan politik. - Dokumentasi lapangan awal. |
| Pengumpulan Data Tahap II | 26 Maret – 25 April 2025 | <ul style="list-style-type: none"> - Observasi lanjutan pada kegiatan pasca-pemilu. |

| Tahap Penelitian | Tanggal Pelaksanaan | Kegiatan Utama |
|---|----------------------------|---|
| | | <ul style="list-style-type: none"> - Dokumentasi visual dan catatan lapangan. - Pengumpulan materi kampanye digital (Instagram, WhatsApp) dan konvensional (spanduk, baliho, kalender). |
| Analisis Data Awal | 26 April – 20 Mei 2025 | <ul style="list-style-type: none"> - Menyusun catatan observasi. - Mengkaji data untuk menemukan pola strategi komunikasi politik. - Menyiapkan pertanyaan wawancara untuk narasumber kunci. |
| Wawancara Christian Lois | 21 Mei 2025 | <ul style="list-style-type: none"> - Wawancara mendalam mengenai strategi komunikasi politik, penggunaan media baru dan media konvensional, serta evaluasi kampanye. |
| Analisis Data Lanjutan | 22 Mei – 16 Juni 2025 | <ul style="list-style-type: none"> - Mengintegrasikan hasil wawancara Christian Lois dengan data observasi. - Menyiapkan pertanyaan lanjutan untuk tim sukses. |
| Wawancara Efi Musaefi (Tim Sukses) | 17 Juni 2025 | <ul style="list-style-type: none"> - Wawancara mendalam mengenai perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi komunikasi politik dari perspektif tim sukses. |

| Tahap Penelitian | Tanggal Pelaksanaan | Kegiatan Utama |
|------------------------------------|---------------------|---|
| Penyusunan Hasil Penelitian | 18 – 25 Juni 2025 | <ul style="list-style-type: none"> - Menyusun narasi BAB IV skripsi berdasarkan hasil analisis. - Melengkapi data dengan referensi akademik dan temuan lapangan. |
| Finalisasi dan Evaluasi | 26 – 30 Juni 2025 | <ul style="list-style-type: none"> - Menyempurnakan hasil penelitian. - <i>Cross-check</i> dengan narasumber untuk validasi. - Menyusun laporan akhir skripsi. |