

PERAN KOMUNIKASI POLITIK DALAM MEMBENTUK CITRA KANDIDAT PEMILU**Zidnal Falah**Politeknik Siber Cerdika International
Email: muhammadzidnal31@gmail.com**Abstrak**

Pemilihan umum (Pemilu) adalah momen penting dalam sistem demokrasi, di mana kandidat bersaing untuk memenangkan dukungan pemilih. Dalam konteks ini, komunikasi politik memainkan peran kunci dalam membentuk citra kandidat di mata pemilih. Artikel ilmiah ini menggali secara mendalam peran komunikasi politik dalam membentuk citra kandidat Pemilu. Jenis penelitian ini menggunakan literatur review dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kandidat yang mampu mengelola komunikasi politiknya dengan baik melalui pesan kampanye yang jelas, konsisten, dan relevan memiliki kesempatan lebih besar untuk membangun citra positif. Kepercayaan, kredibilitas, kesesuaian pesan kampanye dengan kebutuhan pemilih, karakter kepemimpinan, dan komunikasi efektif adalah faktor-faktor kunci yang mempengaruhi bagaimana pemilih memandang kandidat. Dengan memahami dan mengelola faktor-faktor ini, kandidat dapat merancang strategi komunikasi politik yang efektif, meningkatkan peluang mereka untuk memenangkan dukungan pemilih, dan memperkuat demokrasi melalui proses Pemilu.

Kata kunci: Komunikasi Politik, Citra dan Pemilu.**Abstract**

General Elections (Pemilu) are important moments in a democratic system, where candidates compete to gain voter support. In this context, political communication plays an important role in shaping the candidate's image in the eyes of voters. This scientific article examines in depth the role of political communication in shaping the image of election candidates. This type of research uses a literature review with a qualitative approach. The research results show that candidates who are able to manage their political communications well through clear, consistent and relevant campaign messages have a greater opportunity to build a positive image. Trust, credibility, suitability of campaign messages to voter needs, leadership character, and effective communication are key factors that influence how voters view candidates. By understanding and managing these factors, candidates can design effective political communications strategies, increase their chances of winning voter support, and strengthen democracy through the electoral process.

Keywords: Political Communication, Image and Elections.

How to cite:	Zidnal Falah (2024) Peran Komunikasi Politik dalam Membentuk Citra Kandidat Pemilu, (6) 1, https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v3i6.1227
E-ISSN:	2684-883X
Published by:	Ridwan Institute

PENDAHULUAN

Pemilihan Umum (Pemilu) adalah salah satu pilar demokrasi yang sangat penting pada suatu negara. Dalam konteks demokrasi, pemilih memiliki hak untuk memilih para pemimpin mereka, yang kemudian akan memegang kendali pemerintahan dan mengambil keputusan yang signifikan bagi negara dan masyarakat. Oleh karena itu, citra kandidat yang berkompetisi dalam Pemilu memainkan peran yang sangat vital dalam menentukan hasil pemungutan suara. Citra kandidat mencerminkan persepsi publik terhadap integritas, kompetensi, karakter, dan kepemimpinan mereka, dan akan memengaruhi pemilih dalam menentukan pilihan mereka.

Komunikasi politik, sebagai alat yang digunakan kandidat untuk berinteraksi dengan pemilih, sangat berperan dalam pembentukan citra kandidat. Komunikasi politik mencakup berbagai aspek, mulai dari iklan kampanye, wawancara media, perdebatan publik, hingga penggunaan media sosial. Setiap elemen komunikasi politik ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam membentuk persepsi publik terhadap seorang kandidat. Komunikasi politik lazim dikaitkan dengan pembicaraan politik atau penyampaian pesan politik verbal maupun non verbal yang dapat mempengaruhi rakyat maupun pemerintah dalam suatu sistem politik. Atau secara sederhana dapat disebutkan bahwa komunikasi politik adalah penyampaian pesan yang bermuatan politik dari suatu sumber kepada penerima untuk menciptakan pemahaman makna bersama (Susanto, 2013).

Pandangan lain bahwa strategi komunikasi politik dapat melalui kegiatan sosial kemasyarakatan, pemasangan baliho dan spanduk, iklan radio serta media sosial dan lainnya (Haryati & Thasimmim, 2019). Bersinggungan dengan media sosial bahwa media sosial merupakan bagian strategi baru yang dapat memberikan peluang optimalisasi citra serta elektabilitas pada pemilihan umum (Sembada & Sadjjo, 2020). Pendapat lain mengemukakan bahwa media baru berbasis internet dapat menentukan pola komunikasi politik (Hasfi, 2019).

Perubahan teknologi dan media massa dalam beberapa dekade terakhir telah mengubah lanskap komunikasi politik secara signifikan. Kandidat sekarang memiliki akses ke berbagai platform, termasuk televisi, radio, surat kabar, situs web, media sosial, dan aplikasi pesan instan. Kemajuan teknologi ini telah membuka pintu bagi kandidat untuk berkomunikasi dengan pemilih dalam cara yang lebih kompleks dan lebih beragam daripada sebelumnya. Namun, dengan kesempatan ini juga datang tantangan besar dalam memahami bagaimana komunikasi politik dapat mempengaruhi citra kandidat dalam era digital.

Dalam konteks yang semakin kompleks ini, perlu untuk memahami secara mendalam peran komunikasi politik dalam membentuk citra kandidat pemilu. Beberapa pertanyaan yang muncul adalah: Bagaimana pesan politik disampaikan kepada pemilih? Bagaimana media massa memengaruhi persepsi publik terhadap kandidat? Bagaimana strategi kampanye digital berkontribusi dalam membangun citra kandidat? Semua

pertanyaan ini menuntut analisis dan pemahaman yang lebih dalam untuk dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi pemilih, kandidat, dan praktisi politik.

Oleh karena itu, penelitian ini akan menggali peran komunikasi politik dalam membentuk citra kandidat pemilu dengan mengkaji teori-teori komunikasi politik, pengaruh media massa, dan perubahan yang terjadi dalam era digital. Dalam konteks ini, penelitian ini akan menganalisis studi kasus dari pemilihan umum tertentu untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang kompleksitas hubungan antara komunikasi politik dan citra kandidat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang peran komunikasi politik dalam membentuk citra kandidat pemilihan umum. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menganalisis konten media massa, pesan kampanye, dan interaksi sosial media. Sumber data pada penelitian ini data bibliografi manuskrip yang diperoleh dari google scholar yang dianalisis menggunakan Literature Review atau tinjauan literatur (juga dikenal sebagai esai tinjauan kritis) merupakan metode tinjauan pustaka yang merangkum dan mengevaluasi kumpulan tulisan tentang topik tertentu (Knopf, 2006). Literature review, atau tinjauan pustaka, adalah suatu proses yang melibatkan pengumpulan, evaluasi, interpretasi, dan sintesis informasi yang ada dalam literatur atau penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian atau kajian tertentu. Tujuan dari literature review adalah untuk memahami perkembangan pengetahuan yang telah ada dalam bidang tertentu, mengidentifikasi kesenjangan atau celah pengetahuan, serta membangun dasar teoritis untuk penelitian yang akan dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Penting Komunikasi Politik dalam Pemilu

Komunikasi politik memainkan peran yang sangat sentral dalam dinamika pemilihan umum (Pemilu). Melalui komunikasi politik, kandidat memiliki kesempatan untuk membangun hubungan yang erat dengan pemilih. Komunikasi politik merupakan upaya elit untuk mempengaruhi masyarakat agar gagasan politik yang memiliki substansi ideologi, orientasi politik dan pemikiran mempengaruhi masyarakat untuk mengambil keputusan politik yang demokratis, transparan dan akuntabilitas (Aly, 2010). Pesan-pesan kampanye yang dirancang secara strategis tidak hanya menyajikan visi dan misi kandidat, tetapi juga mencoba mencerminkan kebutuhan, aspirasi, dan nilai-nilai yang relevan bagi masyarakat. Dalam prakteknya, komunikator politik membutuhkan saluran untuk menyampaikan pesannya, baik melalui komunikasi organisasi, komunikasi massa dan komunikasi interpersonal.

Dalam kampanye politik, bentuk komunikasi yang efektif untuk menyampaikan pesan adalah komunikasi massa dengan menggunakan media massa baik cetak maupun elektronik serta media sosial. Banyak politisi yang mempunyai kepentingan menggunakan media massa untuk menyampaikan pesannya guna mempengaruhi publik

(Meifilina, 2021). Dalam dunia yang semakin terhubung dan kompleks, kandidat harus mampu mengemas pesan-pesan ini secara cerdas agar dapat menciptakan ikatan emosional dan intelektual dengan pemilih. Dengan menggali isu-isu yang hangat dan menantang, komunikasi politik dapat membantu memperkuat citra kandidat sebagai pemimpin yang mampu merumuskan solusi konkret atas permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat.

Selain itu, komunikasi politik juga memfasilitasi dialog antara kandidat dan pemilih melalui berbagai saluran komunikasi, termasuk media massa, media sosial, dan acara debat publik. Melalui media massa, pesan-pesan kandidat dapat mencapai audiens yang luas, memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang visi dan program kerja kandidat (Arasid, dkk., 2022). Di era digital, media sosial menjadi alat yang sangat efektif dalam menghubungkan kandidat dengan pemilih secara langsung. Dalam platform ini, kandidat dapat merespons pertanyaan, membagikan informasi secara real-time, dan mengungkapkan nilai-nilai yang mereka anut, membangun keterlibatan dan kepercayaan pemilih terhadap kandidat.

Selain itu, debat publik menjadi momen penting di mana kandidat dapat mempresentasikan pandangan dan argumen mereka secara langsung. Debat publik bukan hanya uji keberanian dan kejelian kandidat dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan kritis, tetapi juga menjadi ajang di mana pemilih dapat mengevaluasi kemampuan kandidat dalam mengatasi pertanyaan yang kompleks dan kontroversial. Dalam debat publik, kemampuan komunikasi kandidat sangat diuji, dan keterampilan berbicara yang baik dapat membantu membangun citra kandidat sebagai pemimpin yang kompeten dan percaya diri. Tujuan dari komunikasi politik, salah satunya membentuk citra politik yang baik kepada masyarakat. Citra politik terbentuk atas usaha yang dilakukan komunikator (calon) kepada khalayak untuk menentukan seseorang/individu diterima oleh masyarakat untuk diperlukan sebagai wakil rakyat yang akan dipilihnya (Jeffri, 2021).

Ardial (2010) menjelaskan bahwa penggunaan media massa dalam komunikasi politik, sangat sesuai dalam upaya membentuk citra diri para politikus dan citra partai politik untuk memperoleh dukungan pendapat umum. Komunikasi politik dengan menggunakan media massa, dinamakan komunikasi massa, dengan ciri-ciri dasar, yang bersifat umum, terbuka dan aktual. Pesan komunikasi massa bersifat aktual, yaitu baru terjadi dari segi waktu, terjadi dari segi substansi. Itulah sebabnya komunikasi massa sangat erat kaitannya dengan politik dan komunikasi politik (Narendra, 2013).

Dengan demikian, melalui komunikasi politik yang efektif, kandidat dapat memperkuat citra mereka sebagai pemimpin yang kompeten, dapat dipercaya, dan memiliki koneksi emosional dengan pemilih. Dengan merumuskan pesan-pesan yang tepat dan mengkomunikasikannya melalui berbagai saluran komunikasi, kandidat dapat meningkatkan peluang mereka untuk memenangkan hati dan suara pemilih, menciptakan dampak yang signifikan dalam konteks demokrasi dan perwakilan politik.

Pada era digital saat ini, komunikasi politik menggunakan media sosial memberikan dampak yang signifikan. Media massa, dengan keberadaannya yang merata

di masyarakat, memiliki peran penting dalam membentuk citra kandidat pemilu. Salah satu dampak utama media massa adalah melalui teknik framing, di mana pemberitaan dan opini diarahkan untuk memperlihatkan sisi terbaik atau terburuk dari seorang kandidat (Latuperissa., 2022). Kandidat yang mendapatkan pemberitaan positif, misalnya melalui liputan yang memfokuskan pada pencapaiannya atau ide-ide inovatifnya, memiliki peluang besar untuk membentuk citra positif di mata pemilih. Sebaliknya, liputan negatif atau kontroversial dapat merusak citra kandidat, bahkan tanpa memandang integritas atau kompetensinya. Selain itu, media massa juga memegang kendali dalam menetapkan agenda politik dengan menentukan isu-isu yang mendominasi pemberitaan. Kandidat yang mampu mengakomodasi isu-isu yang relevan dan merumuskan tanggapan yang bijaksana memiliki kesempatan untuk memengaruhi persepsi publik, membentuk citra sebagai pemimpin yang responsif, dan mendapatkan dukungan yang lebih besar.

Tidak hanya melalui pemberitaan, media massa juga memberikan peluang bagi kandidat untuk menyampaikan pesan-pesan kampanye mereka melalui iklan politik. Dalam iklan politik, kandidat dapat secara kreatif menggambarkan visi dan misi mereka, mengomunikasikan janji-janji kampanye, serta menyoroti pencapaian-pencapaian terdahulu. Iklan politik yang disusun dengan baik dan disiarkan secara strategis memiliki potensi untuk membangun citra kandidat sebagai pemimpin yang kompeten dan memperoleh dukungan pemilih. Iklan politik menjadi salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk mempengaruhi citra, elektabilitas, dan popularitas (Moekahar dkk., 2022).

Selain itu, partisipasi kandidat dalam wawancara televisi dan acara debat publik juga merupakan bentuk interaksi media massa yang dapat membentuk citra kandidat. Dalam wawancara televisi, kandidat memiliki kesempatan untuk menjelaskan visi dan rencana mereka dengan lebih mendalam, menjawab pertanyaan yang mungkin menjadi pertimbangan pemilih, dan menunjukkan kemampuan komunikasi verbal yang baik. Sementara itu, dalam acara debat publik, kandidat diuji secara langsung dalam menghadapi pertanyaan-pertanyaan tajam dan kritikal dari lawan-lawannya. Kemampuan kandidat dalam mempertahankan argumen, merespons tantangan, dan menonjolkan kelebihan-kelebihannya dapat membentuk citra kandidat sebagai pemimpin yang tangguh dan siap menghadapi tekanan dalam menjalankan tugas publik.

Dalam era digital, media massa tidak hanya hadir dalam bentuk tradisional seperti surat kabar, televisi, atau radio, tetapi juga melalui platform online, portal berita, dan aplikasi berita di ponsel pintar. Melalui media massa digital, kandidat memiliki peluang lebih besar untuk mencapai pemilih yang lebih luas dan beragam. Namun, kandidat juga harus memperhatikan risiko berita palsu (hoaks) yang dapat merusak reputasi mereka. Oleh karena itu, keterampilan dalam mengelola media massa, baik dalam bentuk tradisional maupun digital, adalah kunci untuk membentuk citra kandidat yang kuat dan positif di mata publik. Dengan memahami peran dan dampak media massa dengan mendalam, kandidat dapat merencanakan strategi komunikasi yang efektif dan membangun citra yang meyakinkan bagi pemilih.

Pengaruh Media Sosial terhadap Citra Kandidat

Media sosial telah mengubah lanskap komunikasi politik dengan memberikan kandidat akses langsung ke pemilih tanpa perantara media tradisional. Salah satu dampak terbesar media sosial adalah menciptakan platform interaksi dua arah antara kandidat dan pemilih. Kandidat yang aktif di media sosial memiliki peluang besar untuk merespons langsung pertanyaan, kritik, atau pujian dari pemilih, membangun keterlibatan yang erat dan personal dengan audiens mereka. Melalui media sosial, kandidat dapat merancang kampanye yang lebih interaktif dengan mengajak pemilih untuk berpartisipasi melalui jajak pendapat online, kampanye berskala kecil, atau bahkan mendengarkan keluhan dan aspirasi pemilih secara langsung melalui pesan-pesan pribadi. Media sosial, dapat mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan memilih partai (Gunawan, 2020).

Hal ini dikarenakan semakin mudahnya masyarakat mengakses berita dari media sosial yang berada pada *smartphone*. Kemudahan ini mendorong masyarakat untuk lebih mudah menerima pesan-pesan politik dari media sosial. Hal ini sesuai dengan penelitian yang menyatakan bahwa media sosial adalah pendukung jaringan komunikasi politik dalam demokrasi negara (Susanto, 2017). Media sosial sebagai alat komunikasi politik memberikan pengaruh yang positif terhadap citra kandidat (Wulandari, dkk., 2023)

Namun, pengaruh media sosial juga memiliki risiko tersendiri. Informasi yang disebarkan di media sosial dapat dengan cepat menjadi viral tanpa validasi atau kebenaran yang memadai. Oleh karena itu, kandidat harus berhati-hati dalam menyampaikan pesan-pesan mereka agar tidak disalahartikan atau disinformasikan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab (Wulandari, dkk., 2023). Selain itu, media sosial juga menciptakan ruang bagi kampanye negatif dan serangan pribadi terhadap kandidat. Dalam menghadapi situasi ini, kandidat harus mampu menjaga keseimbangan antara merespons kritik secara bijaksana dan tetap menjaga citra diri mereka sebagai pemimpin yang tenang dan beretika.

Pentingnya mengelola media sosial dengan bijaksana juga tercermin dalam pengelolaan tim kampanye. Tim kampanye harus memiliki strategi khusus dalam mengelola konten, memonitor tanggapan pemilih, dan mengidentifikasi tren yang berkembang di media sosial. Data-data ini dapat memberikan wawasan berharga tentang sejauh mana pesan-pesan kampanye berhasil mencapai target audiens dan sejauh mana pemilih merespons positif terhadap kandidat. Dengan memahami kompleksitas pengaruh media sosial secara mendalam, kandidat dan tim kampanye dapat merancang strategi yang lebih efektif dan meyakinkan untuk membangun citra kandidat yang kuat dan positif di mata pemilih.

Sebagai saluran komunikasi politik yang strategis, media sosial berperan dalam menerima dan merespon aspirasi masyarakat. Faktanya, penggunaan media sosial untuk kampanye oleh para pemimpin politik menunjukkan tren peningkatan popularitas dan elektabilitas akibat pengaruh branding di media sosial. Para pemimpin politik

mengoptimalkan akun media sosial pribadinya untuk komunikasi politik. Persepsi positif masyarakat memungkinkan adanya peningkatan popularitas dan elektabilitas yang membawanya ke pentas politik nasional. Artikel ini merupakan makalah konseptual yang menganalisis konsep branding dalam politik di era komunikasi politik digital dengan memanfaatkan media sosial. Menampilkan konten digital untuk mendapatkan dukungan dan kepercayaan publik, serta menampilkan branding sebagai pemimpin politik yang populis, profesional, humanis, dan bertanggung jawab (Hidayati, 2021).

Kepercayaan publik merupakan fondasi dalam membentuk citra kandidat di mata pemilih. Kandidat yang terpercaya cenderung memenangkan hati pemilih, karena kepercayaan menciptakan rasa kenyamanan dan keyakinan bahwa kandidat tersebut akan memenuhi janji-janji kampanye mereka. Oleh karena itu, kandidat harus membangun kepercayaan melalui konsistensi antara kata dan tindakan, integritas dalam bertindak, dan keteladanan dalam menjalankan nilai-nilai yang mereka anut.

Selanjutnya, kredibilitas kandidat juga memiliki pengaruh yang signifikan. Kredibilitas mencakup rekam jejak, keberhasilan masa lalu, dan kemampuan kandidat dalam memecahkan masalah yang kompleks. Pemilih cenderung mendukung kandidat yang telah membuktikan kapabilitasnya, memiliki pengalaman yang relevan, dan memiliki integritas dalam tindakan mereka. Data empiris, prestasi, dan rekomendasi dari pihak-pihak yang terpercaya dapat memperkuat kredibilitas kandidat di mata pemilih.

Selain itu, kesesuaian antara pesan kampanye dengan kebutuhan pemilih memiliki dampak yang signifikan terhadap persepsi pemilih. Kandidat yang mampu mengidentifikasi dan merespons secara tepat terhadap isu-isu yang paling relevan dengan pemilih memiliki kesempatan lebih besar untuk membangun citra yang positif. Analisis mendalam tentang kebutuhan dan aspirasi pemilih dari berbagai latar belakang sosial, ekonomi, dan budaya merupakan langkah penting dalam merancang pesan-pesan kampanye yang relevan dan meyakinkan. Konsultan politik bisa memoles calon atau parpol melalui kampanye pencitraan di media massa dengan iklan politiknya (Kango, 2014).

Faktor lain yang memengaruhi persepsi pemilih adalah karakter kepemimpinan. Karakter kepemimpinan mencakup sifat-sifat seperti integritas, keberanian, kerendahan hati, dan kemampuan untuk mendengarkan. Kandidat yang menunjukkan kepemimpinan yang kuat, serta mampu merespons tantangan dan kritik dengan sikap yang bijaksana, dapat membangun citra diri mereka sebagai pemimpin yang mampu memberikan arah dan menghadapi tantangan dengan tegas namun adil.

Terakhir, komunikasi efektif juga merupakan faktor penting dalam membentuk persepsi pemilih. Kandidat yang dapat mengkomunikasikan pesan-pesan mereka dengan jelas, terstruktur, dan meyakinkan akan lebih mudah dipahami oleh pemilih. Gaya berbicara, keterampilan mendengarkan, dan kemampuan menjelaskan konsep-konsep rumit dengan bahasa yang sederhana adalah keterampilan penting dalam komunikasi politik.

Dengan memperhatikan faktor-faktor ini, kandidat dapat merencanakan strategi kampanye yang lebih terfokus dan relevan. Memahami kebutuhan dan ekspektasi pemilih serta mengembangkan citra kandidat yang konsisten dan meyakinkan dapat membantu memenangkan dukungan pemilih. Dalam konteks ini, pendekatan yang mempertimbangkan faktor-faktor psikologis, sosial, dan budaya pemilih akan menjadi kunci dalam membentuk citra kandidat yang kuat dan positif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat diambil beberapa kesimpulan penting mengenai peran komunikasi politik dalam membentuk citra kandidat pemilihan umum (Pemilu).

1. Komunikasi politik memiliki dampak yang signifikan terhadap cara pemilih memandang kandidat. Pesan-pesan kampanye yang jelas, konsisten, dan relevan dengan kebutuhan pemilih memiliki kemampuan untuk membentuk citra kandidat yang positif. Media massa, media sosial, dan interaksi langsung dengan pemilih melalui debat publik merupakan saluran-saluran penting yang memungkinkan kandidat memperkenalkan diri dan mengatasi isu-isu yang relevan dengan masyarakat.
2. Kepercayaan, kredibilitas, dan ketepatan pesan kampanye dengan kebutuhan pemilih merupakan faktor-faktor utama yang mempengaruhi cara pemilih membentuk citra kandidat. Kandidat yang dapat membangun kepercayaan dengan pemilih, menunjukkan integritas dan kredibilitas, serta menghadirkan solusi yang sesuai dengan harapan pemilih memiliki peluang lebih besar untuk memenangkan dukungan publik.
3. Era digital membawa tantangan dan peluang baru dalam komunikasi politik. Meskipun media sosial memberikan platform yang luas untuk interaksi langsung dengan pemilih, tetapi risiko penyebaran informasi palsu dan privasi data juga meningkat. Kandidat dan tim kampanye perlu mengoptimalkan peluang ini dengan merancang pesan-pesan yang menarik, informatif, dan dapat berinteraksi dengan pemilih secara langsung.

Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya kandidat dan tim kampanye memahami audiens mereka dengan baik. Penyusunan pesan yang tepat, kehadiran yang kuat di media massa dan media sosial, serta keterlibatan aktif dalam debat publik dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi kandidat. Selain itu, membangun kepercayaan melalui integritas dan kredibilitas yang terjaga dapat menciptakan hubungan yang kokoh antara kandidat dan pemilih. Dengan pemahaman yang lebih dalam tentang peran komunikasi politik dalam membentuk citra kandidat pemilihan umum, diharapkan proses demokrasi dapat menjadi lebih transparan, informasional, dan responsif terhadap kebutuhan dan harapan masyarakat.

BIBLIOGRAFI

- Aly, B. (2010). Komunikasi Pembangunan Dengan Aksentuasi Komunikasi Politik. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 8(2).
- Arasid, M. I., Djuyandi, Y., & Sumadinata, R. W. (2022). Strategi Komunikasi Politik Untuk Memperoleh Dukungan Pemuda Dalam Pilkada Kota Serang: Studi Pada Pasangan Calon Syafrudin-Subadri. *Sospol: Jurnal Sosial Politik*, 8(1), 62-77.
- Ardial. (2010). *Komunikasi Politik*. Jakarta: PT Indeks
- Gunawan, R. H. (2020). Saluran Komunikasi Politik dalam Pembangunan Demokrasi pada Pemilu Legislatif DPR-RI di Kota Bogor 2019. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 18(02), 141-151.
- Haryati, & Thasimmim, S. N. (2019). MEMENANGKAN PEMILU LEGISLATIF DPRD KABUPATEN KARIMUN PERIODE 2019-2024. *Purnama Berazam*, 1(1).
- Hasfi, N. (2019). KOMUNIKASI POLITIK DI ERA DIGITAL. *POLITIKA, Jurnal Ilmu Politik*, 10(1), 93–111.
- Hidayati, F. R. (2021). Komunikasi Politik dan Branding Pemimpin Politik Melalui Media Sosial: A Conceptual Paper. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(2), 145-161.
- Latuperissa, A. A. A. (2022). Pendekatan Public Relations Politik di Media Sosial dalam Pembentukan Citra Politik. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 3(1), 9-17
- Jeffri, S. E. (2021). Strategi Komunikasi Politik Amran Mahmud Dalam Kemenangan Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Wajo 2019-2024. *Al Amin: Jurnal Kajian Ilmu dan Budaya Islam*, 4(01), 65-84.
- Kango, A. (2014). Marketing Politik dalam Komunikasi Politik. *Farabi*, 11(1), 52-65.
- Meifilina, A. (2021). Media Sosial sebagai Strategi Komunikasi Politik Partai Golkar dalam Melakukan Pendidikan Politik. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(2), 101-110.
- Moekahar, F., Ayuningtyas, F., & Hardianti, F. (2022). Social media political campaign model of local elections in Pelalawan Regency Riau. 10(2), 242–252.
- Narendra, R. A. (2013). Strategi Komunikasi Politik Pasangan Bambang-Icek Dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Grobogan Tahun 2011. *POLITIKA: Jurnal Ilmu Politik*, 3(1), 33-46.

Sembada, W. Y., & Sadjjo, P. (2020). STRATEGI PESAN AKTOR POLITIK DALAM MEDIA SOSIAL: (Studi Kasus Akun Wali Kota Tangerang Selatan Banten).

Susanto, E. H. (2013). Dinamika komunikasi politik dalam pemilihan umum. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 1(2), 163-172.

Susanto, E. H. (2017). Media Sosial sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik. *Jurnal ASPIKOM*, 3(3), 379–398.

Wulandari, C. D., Muqsith, M. A., & Ayuningtyas, F. (2023). Fenomena Buzzer Di Media Sosial Jelang Pemilu 2024 Dalam Perspektif Komunikasi Politik. *Avant Garde*, 11(01), 134-147.

Copyright holder:

Zidnal Falah (2023)

First publication right:

[Syntax Idea](#)

This article is licensed under:

