



## Strategi Komunikasi Politik Andra Soni dan Dimiyati Natakusuma dalam Pilgub Banten 2024

Edi Romaedi

Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul, Indonesia

\*Penulis Korespondensi: [ediromaedi@yahoo.co.id](mailto:ediromaedi@yahoo.co.id)

**Abstract.** *Communication is the process of exchanging meaning that shapes thoughts, attitudes, and human relationships. In the political realm, communication plays a strategic role in building image, conveying messages, and gaining public support in contests for power. Elections, as a democratic mechanism, make political communication a primary instrument in mobilizing voters and establishing leadership legitimacy. The objectives of this study are: 1) Political communication strategies used to maintain the image of leaders and strengthen institutions, 2) Role of communication strategies in creating unity among winning teams, volunteers, and supporting parties, and 3) Communication strategies are implemented to build political consensus and unite the strengths of key actors in supporting victory. This study uses qualitative with a descriptive approach. The findings of this study are: 1) Candidate pairs implemented a systematic, data-driven communication strategy to build an authentic and relevant image of their leaders. Institutional strengthening through a solid team structure and the support of the supporting parties ensured consistent campaign messages were delivered, thereby strengthening the candidate pairs' social legitimacy, 2) Communication strategy implemented successfully built solidarity and togetherness among various supporting elements. 3) Communication strategy was used effectively to build political consensus among parties, local figures, and communities. Implications findings indicate that the candidate pairs' systematic, data driven communication strategy strengthened their image of their leaders, built supporter solidarity, and created political consensus among parties, local figures, and communities.*

**Keywords:** *Political Communication; Strategy; Campaign Political Communication Strategy; and Regional Head Election System*

**Abstrak** Komunikasi merupakan proses pertukaran makna yang memengaruhi pikiran dan sikap, serta menjadi dasar interaksi sosial dan pembentukan relasi manusia. Dalam ranah politik, komunikasi berperan strategis untuk membangun citra, menyampaikan pesan, dan memperoleh dukungan publik dalam kontestasi kekuasaan. Pemilu sebagai mekanisme demokrasi menjadikan komunikasi politik instrumen utama dalam memobilisasi pemilih dan menciptakan legitimasi kepemimpinan. Adapun tujuan pada penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui strategi komunikasi politik yang digunakan dalam merawat citra ketokohan dan memantapkan kelembagaan, 2) Untuk mengetahui peran strategi komunikasi dalam menciptakan kebersamaan antara tim kemenangan, relawan, serta partai pendukung, dan 3) Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi diterapkan untuk membangun konsensus politik dan menyatukan kekuatan aktor-aktor kunci dalam mendukung kemenangan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Temuan penelitian ini adalah: 1) Pasangan calon menerapkan strategi komunikasi yang sistematis dan berbasis data untuk membangun citra ketokohan yang otentik dan relevan, penguatan kelembagaan melalui struktur tim yang solid dan dukungan partai pendukung memastikan pesan kampanye tersampaikan secara konsisten, sehingga memperkuat legitimasi sosial pasangan calon, 2) Strategi komunikasi yang diterapkan berhasil membangun solidaritas dan kebersamaan di antara berbagai elemen pendukung, dan 3) Strategi komunikasi digunakan secara efektif untuk membangun konsensus politik antarpantai, tokoh lokal, dan komunitas. Implikasi temuan ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pasangan calon yang sistematis dan berbasis data memperkuat citra ketokohan, membangun solidaritas pendukung, serta menciptakan konsensus politik antarpantai, tokoh lokal, dan komunitas.

**Kata Kunci :** Komunikasi Politik; Strategi; Strategi Komunikasi Politik Kampanye; dan Sistem Pemilihan Kepala Daerah

### 1. LATAR BELAKANG

Komunikasi merupakan proses di mana individu menyampaikan informasi satu sama lain untuk menghasilkan makna. Komunikasi merupakan inti dari interaksi manusia dan

membentuk cara kita memandang diri sendiri, orang lain, lingkungan, dan dunia di sekitar kita (Liebal et al., 2025). Komunikasi punya banyak fungsi, seperti untuk bersosialisasi, belajar, dan berdiskusi. Orang-orang sangat mengandalkan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari, baik dengan teman dan keluarga, dalam kelompok, di media, dalam perawatan kesehatan, atau dalam politik. Komunikasi politik mencakup segala bentuk komunikasi yang memiliki konsekuensi terhadap bagaimana kekuasaan dijalankan dan didistribusikan dalam Masyarakat. Sejak jatuhnya rezim Orde Baru, politik di Indonesia berubah dan demokrasi mulai berkembang. Era Reformasi membawa kebebasan bagi warga negara untuk memilih pemimpinnya. Pemerintahan yang dulu terpusat kini menjadi desentralistik, artinya daerah diberi kewenangan untuk memilih kepala daerah sendiri dan menentukan arah pembangunan secara lebih bebas. Ketika suatu negara menganut sistem pemerintahan demokrasi atau sedang dalam proses menjadi lebih demokratis, partai politik dapat membantu rakyat berkomunikasi dengan pemerintah. Pemilihan umum adalah proses dimana individu memilih kandidat atau partai untuk menduduki jabatan publik, yang menjadi dasar demokrasi perwakilan.

Dalam pemilu dan pilkada, komunikasi politik sangat penting untuk menarik simpati dan meningkatkan partisipasi masyarakat. Komunikasi politik adalah proses penyampaian pesan oleh tokoh atau aktor politik kepada masyarakat melalui media tertentu untuk mencapai tujuan politik. Strategi komunikasi politik digunakan oleh partai politik, calon legislatif, atau calon kepala daerah untuk mendapatkan dukungan publik. Pendekatan ini memerlukan perencanaan dan administrasi komunikasi yang cermat agar efektif memengaruhi pemilih. Hal ini khususnya penting dalam pemilihan gubernur Banten 2024, di mana para kandidat bersaing untuk mendapatkan dukungan publik yang maksimal. Strategi ini sendiri secara konsisten bertujuan untuk "kemenangan".

Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Banten 2024 adalah ajang demokrasi lima tahunan untuk memilih pemimpin daerah. Masyarakat bebas memilih calon yang dianggap mampu membawa perubahan. Menjelang pemungutan suara pada 27 November 2024, suasana politik semakin ramai dengan berbagai strategi dari para kandidat. Dua pasangan calon utama adalah Airin Rachmi Diani–Ade Sumardi dan Andra Soni–Achmad Dimyati Natakusuma. Pencalonan mereka melalui proses penjangkaran internal, seleksi elektabilitas, dan penetapan oleh DPP partai, terutama Gerindra. Andra Soni, mantan Ketua DPRD Banten, mendapat dukungan politik dari Presiden Prabowo. Sedangkan Dimyati dikenal luas di Pandeglang karena pernah menjadi anggota DPR RI dan Bupati selama dua periode, menjadikan wilayah tersebut sebagai basis suara kuat. Data KPU menunjukkan jumlah pemilih tetap (DPT) sebanyak

**Tabel 1** Jumlah Daftar Pemilih Tetap

<b>Kabupaten/Kota</b>	<b>Jumlah Pemilih</b>		
	<i>Laki-Laki</i>	<i>Perempuan</i>	<i>Jumlah</i>
Kota Serang	241.715	238.369	480.084
Kota Cilegon	152.777	152.196	304.973
Kab. Serang	589.933	565.637	1.125.570
Kab. Pandegelang	464.983	438.683	903.666
Kab. Lebak	481.056	461.887	942.943
Kab. Tangerang	1.108.133	1.082.000	2.190.133
Kota Tangerang	599.933	565.637	1.125.570
Kota Tangsel	485.964	501.766	987.730
Jumlah	4.083.960	4.011.598	8.095.558

Sumber: KPU Provinsi Banten

Meskipun pemungutan suara telah dilaksanakan pada 27 November 2024, sejumlah media melaporkan dugaan kecurangan selama pemilu. Komisi Pemilihan Umum (KPU) Banten kemudian menetapkan hasil resmi rekapitulasi suara Pilkada 2024.

**Tabel 2.** Rekapitulasi Perolehan Suara Pilkada Banten 2024

Perolehan Suara	Airin Rachmi Diani dan Ade Sumardi	Andra Soni dan Achmad Dimyati Natakusuma	Jumlah
Kota Serang	356.052	475.441	831.493
Kota Cilegon	122.852	107.495	230.347
Kab. Serang	356.052	475.441	831.493
Kab. Pandegelang	212.454	436.660	649.114
Kab. Lebak	325.662	344.199	669.861
Kab. Tangerang	589.429	907.129	1.496.558
Kota Tangerang	318.195	444.260	762.455
Kota Tangsel	385.250	190.312	575.562
Jumlah Akhir	2.449.183	3.102.501	5.551.684

Sumber: KPU Provinsi Banten 2024

Data menunjukkan bahwa pasangan Andra Soni dan Achmad Dimiyati Natakusuma memenangkan Pilkada Banten 2024. Kemenangan ini mencerminkan kepercayaan masyarakat yang masih menginginkan Andra Soni sebagai gubernur dan Dimiyati sebagai wakil gubernur untuk periode 2025–2030. Pasangan ini dipandang mampu membawa perubahan positif bagi Banten.

Kebaruan penelitian terletak pada fokus analisis terhadap strategi komunikasi pemenangan pasangan Andra Soni dan Achmad Dimiyati Natakusuma dalam Pilgub Banten 2024, dengan melihat bagaimana mereka membangun citra ketokohan, memperkuat dukungan kelembagaan, serta membentuk konsensus publik sesuai kerangka strategis komunikasi politik dalam strategi komunikasi politik, terdapat langkah konseptual yang tepat bagi seorang komunikator politik, yakni merawat ketokohan dan memantapkan kelembagaan, menciptakan kebersamaan serta membangun konsensus. Urgensi penelitian muncul karena kemenangan politik tidak hanya ditentukan oleh dukungan partai dan jaringan sosial, tetapi juga oleh cara komunikasi politik dipraktikkan secara efektif untuk mempengaruhi preferensi pemilih. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, : 1) Strategi komunikasi politik yang digunakan dalam merawat citra ketokohan dan memantapkan kelembagaan pada pasangan, 2) Peran strategi komunikasi dalam menciptakan kebersamaan antara tim pemenangan, relawan, serta partai pengusung pasangan, dan 3) Strategi komunikasi diterapkan untuk membangun konsensus politik dan menyatukan kekuatan aktor-aktor kunci dalam mendukung kemenangan Andra Soni dan Achmad Dimiyati Natakusuma pada Pilkada Banten 2024.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **a. Kajian Teoritis**

#### **1) Komunikasi Politik**

Komunikasi politik adalah ranah yang diperebutkan di mana media, budaya, dan kekuasaan saling bersinggungan untuk mempengaruhi keterlibatan demokrasi (Corner, J., & Pels, 2020). Komunikasi politik sebagian besar berpusat pada platform sektor swasta—jejaring sosial, agregator berita, dan umpan algoritmik—sebagai pendorong kuat polarisasi ideologis (Danowski, 2025).

#### **2) Strategi**

Strategi adalah ilmu dan seni menggunakan kemampuan bersama sumberdaya dan lingkungan secara efektif yang terbaik, terdapat empat unsur penting dalam pengertian strategi yaitu: kemampuan, sumberdaya, lingkungan dan tujuan, empat unsur tersebut sedemikian rupa disatukan secara rasional dan indah sehingga muncul

beberapa alternative pilihan yang kemudian dievaluasi dan diambil yang terbaik, lantas hasilnya diumumkan secara tersurat sebagai pedoman taktik yang selanjutnya turun pada lingkungan operasional (Timpal et al., 2021).

### **3) Strategi Komunikasi Politik Kampanye**

Strategi komunikasi politik mencakup semua keputusan bersyarat mengenai tindakan yang akan diambil saat ini untuk mencapai tujuan politik di masa depan. Komunikasi strategis harus konsisten dengan strategi politik yang menyeluruh untuk meningkatkan efektivitasnya (Strauß & Šimunović, 2025).

### **4) Sistem Pemilihan Kepala Daerah**

Pemilihan daerah secara umum dianggap sebagai pemilihan tingkat kedua, di mana para pemilih cenderung menghukum partai-partai dalam pemerintahan nasional dan lebih memilih partai oposisi, partai kecil, dan partai baru (Verdoes, 2025).

Pemilihan Kepala Daerah Serentak adalah pemilihan kepala daerah yang diselenggarakan secara langsung oleh penduduk yang memenuhi syarat di wilayah administrasi setempat, yang diselenggarakan secara serentak di seluruh wilayah Indonesia. Pemilihan kepala daerah dilakukan bersamaan dengan pemilihan wakilnya masing-masing, termasuk Gubernur dan Wakil Gubernur untuk provinsi, Bupati dan Wakil Bupati untuk kabupaten, dan Wali Kota dan Wakil Wali Kota untuk kota (Exel Yonatan Sumual et al., 2023).

Menurut (Danowski, 2025) terdapat Indikator Sistem Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) 2019–2023:

- a) Indeks Partisipasi Pemilu Indeks
- b) Evaluasi Penyelenggaraan Pemilu
- c) Pola Pemilihan Kepala Daerah Asimetris
- d) Evaluasi Kinerja Komisi Pemilihan Umum
- e) Implikasi Sistem Pemilihan Umum

### **b. Penelitian Terdahulu**

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik memainkan peran penting dalam keberhasilan calon legislatif dan kepala daerah. Sewitri, Ali Yusri, dan Auradian Marta (2024) menemukan bahwa strategi kemenangan Mira Roza yang meraih suara terbanyak pada Pilkada Riau 2019 dilakukan melalui penerapan strategi politik, pemasaran politik, serta branding dan positioning politik. Yohanes De Britto Bimo Triwicaksono dan Adi Nugroho (2021) melalui studi kasus di Semarang 2020 menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik pasangan calon kepala daerah dilakukan

dengan mempertimbangkan karakteristik dari komponen komunikasi yakni komunikator, isi pesan, media, komunikasi dan umpan balik. Strategi komunikasi memberi kemenangan pasangan calon kepala daerah dalam pemilihan kepala daerah Semarang tahun 2020. Ega Indiana, Irzal Anderson, dan Dona Sariani (2022) menyoroti bahwa keterbatasan sumber daya kampanye, manajemen kandidat, dan kekecewaan publik menjadi hambatan dalam perolehan suara Fachrori-Syafril di Jambi 2020. Andi Mutamir dan Fitriana (2023) menemukan bahwa kemenangan Zainal-Yansen di Kalimantan Utara 2020 dicapai melalui strategi berbasis citra, kepemimpinan inovatif, integritas, tim efektif, relasi sosial-politik, dan pemanfaatan media. Lisa Bruttel, Gerald Eisenkopf, dan Juri Nithammer (2025) menekankan pengaruh pernyataan pemimpin terhadap perilaku pemilih dalam permainan barang publik, sementara Leen Lingier (2024) Hasil penelitian menunjukkan efek negatif dari fokus pada serangkaian tujuan partai tertentu pada tingkat penerimaan keputusan tetapi efek ini tidak meluas ke reaksi sikap atau perilaku yang disengaja lainnya termasuk kepuasan partai dan keanggotaan, dukungan untuk proses pengambilan keputusan, aktivitas di dalam partai, meninggalkan partai, dan memberikan suara yang menyimpang. Selain itu, tidak ditemukan dampak moderasi untuk referensi negatif ke partai lain. Somdeep Chatterjee, Mehreen Mookerjee, Manini Ojha, dan Sanket Roy (2023) menyoroti bahwa reformasi pemungutan suara di India meningkatkan persaingan politik, sedangkan Christoph Ivanusch, Lisa Zehnter, dan Tobias Burst (2023) menemukan bahwa menekankan pengaruh perubahan kontekstual pada kampanye pemilihan dan menambahkan bukti penting pada teori-teori terkemuka tentang persaingan partai. Simona Cosma, Stefano Cosma, Luca Gambarelli, Daniela Pennetta, dan Giuseppe Rimo (2025) menunjukkan bahwa pemilihan Donald Trump memengaruhi respons pasar saham terhadap isu lingkungan, menyoroti interaksi antara politik dan pasar.

Kesimpulan *novelty* dari penelitian yang tengah dilakukan memiliki pembeda yang jelas dibandingkan dengan sepuluh penelitian sebelumnya baik dari konteks, fokus pendekatan, maupun kontribusi teoritis serta empirisnya. Keunikan (*novelty*) dari penelitian ini terletak pada pendekatan yang lebih strategis dan teoritis terhadap komunikasi politik dalam konteks pilkada secara khusus dengan menekankan pada bagaimana strategi komunikasi tidak hanya dibangun berdasarkan segmentasi sosial-politik masyarakat, tetapi juga dibingkai dalam perspektif konsistensi narasi politik, diferensiasi kandidat, integrasi lintas kanal komunikasi, dan pembentukan konsensus dalam relasi antarpemangku kepentingan.

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Objek dalam penelitian ini adalah pasangan calon Andra Soni dan Dimyati Natakusuma pada Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur (Pilgub) Banten tahun 2024. Periode penelitian dimulai dari bulan September 2024 hingga September 2025. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara observasi, dokumentasi, dan wawancara. Untuk itu, dalam penelitian ini digunakan empat kriteria utama untuk menjamin keabsahan data, yaitu kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas (Arikunto, 2020). Terdapat langkah-langkah dalam analisis data adalah reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan (Miles & Huberman, 2020)

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Strategi komunikasi dalam politik merupakan salah satu kunci keberhasilan sebuah partai politik dalam memenangkan pemilu. Kampanye politik adalah bentuk aplikasi komunikasi politik yang dilakukan seseorang, sekelompok orang atau organisasi politik untuk membentuk dan membina citra dan opini publik yang positif, agar terpilih dalam suatu pemilihan pemilu, pilkada dan pilpres (Syarbaini dkk, 2023). Menurut (Komarudin, 2024) komunikasi politik merupakan upaya aktor politik dalam membangun makna tentang praktik politik yang dijalankan, untuk mengurangi ketidakpastian, memenuhi kepentingan publik (*prospective public policies*), sebagai alat prediksi, serta alat dalam merencanakan dan menjelaskan komunikasi strategis. Dalam strategi komunikasi politik, terdapat langkah konseptual yang tepat bagi seorang komunikator politik, yakni merawat ketokohan dan memantapkan kelembagaan, menciptakan kebersamaan serta membangun konsensus (Arifin, 2011).

##### **a. Strategi Komunikasi Politik Yang Digunakan Dalam Merawat Citra Ketokohan dan Memantapkan Kelembagaan Pada Pasangan Andra Soni dan Achmad Dimyati Natakusuma dalam Pilkada Banten 2024**

Strategi komunikasi politik pasangan Andra Soni dan Achmad Dimyati Natakusuma dalam Pilgub Banten 2024 menunjukkan bahwa strategi tersebut tidak hanya membentuk citra pribadi kandidat, tetapi juga memperkuat kelembagaan melalui kerja sama dengan partai pengusung dan dukungan tokoh lokal.

##### **1) *Perumusan Visi, Misi, dan Program Kerja***

Perumusan visi dan misi kampanye pasangan Andra Soni–Achmad Dimyati Natakusuma dilakukan secara sistematis dan berbasis riset, dengan visi menggambarkan cita-cita besar calon dan misi menjabarkan langkah konkret untuk

mewujudkan visi tersebut. Perumusan visi dan misi melibatkan proses konsultasi dengan berbagai stakeholder, termasuk tokoh masyarakat, akademisi, dan aktivis (Al-Ra'zie et al., 2025). Hasil wawancara menunjukkan tim inti pemenangan menyusun visi-misi dengan memperhatikan isu strategis seperti pembangunan ekonomi, pemerataan desa, peningkatan pendidikan, dan pemerintahan bersih dari korupsi, melalui tahapan diskusi internal, riset opini publik, dan uji resonansi pesan di lapangan, Visi resmi 'Banten Maju, Adil Merata, Tidak Korupsi' di sebarakan melalui press release, infografik, serta materi digital agar konsisten sampai ke masyarakat." (Tim Inti Pemenangan, 2025). Konsultan politik menekankan pentingnya pemetaan isu publik melalui survei, analisis tren media, dan masukan masyarakat mengenai Isu ekonomi, pendidikan, dan anti-korupsi yang dipilih memang hasil dari aspirasi yang paling banyak muncul di survei dan forum diskusi masyarakat. (Konsultan Politik, 2025). Partai pengusung menilai visi-misi ini selaras dengan platform partai namun tetap fleksibel dan realistis sehingga mudah dipahami secara luas oleh publik, misalnya soal pemerataan pembangunan desa sesuai dengan kebutuhan nyata masyarakat Banten yang masih menghadapi kesenjangan (Partai Pengusung, 2025). Pandangan senada juga datang dari tokoh lokal bahwa visi-misi terasa membumi karena menyentuh masalah sehari-hari masyarakat, khususnya desa yang tertinggal, sehingga memberikan harapan baru (Tokoh Lokal, 2025). Secara keseluruhan, visi, misi, dan program kerja pasangan ini menjadi strategi komunikasi politik yang membangun legitimasi dan kepercayaan publik.

## **2) Citra Ketokohan**

Citra atau image diperlukan untuk membedakan satu partai politik dengan partai politik lain sebagai strategi positioning dan merupakan konstruksi persepsi masyarakat terhadap partai atau individu dalam aktivitas politik, yang meski tidak real dapat dibangun dan diperkuat (Khamimiya et al., 2023; Ritonga, 2023). Dalam strategi komunikasi politik pasangan Andra Soni–Achmad Dimyati Natakusuma, citra ketokohan difokuskan pada dua hal, yakni Pak Andra sering turun langsung ke pasar, ke kampung, menyapa warga. Sementara Pak Dimyati ditampilkan sebagai tokoh yang punya pengalaman panjang di dunia politik nasional. Jadi kombinasi ini menampilkan pasangan yang merakyat tapi juga punya kapasitas (Wawancara dengan Tim Inti Pemenangan, 2025). Konsultan politik menekankan bahwa pencitraan harus konsisten dan autentik, mengedepankan storytelling tentang rekam jejak dan keterlibatan kandidat agar publik bisa melihat bahwa mereka bukan sekadar janji, tapi punya bukti



(Wawancara dengan Konsultan Politik, 2025). Partai pengusung memperkuat citra melalui mesin partai hingga akar rumput, menegaskan integritas dan keberpihakan kandidat kepada masyarakat, serta memastikan komunikasi tatap muka berlangsung nyata dan agar citra ini tidak berhenti di baliho atau iklan, tapi benar-benar sampai lewat interaksi sehari-hari (Wawancara dengan Partai Pengusung, 2025). Tokoh lokal menilai citra ini meyakinkan karena selaras dengan realitas keseharian kandidat, seperti Pak Andra mau duduk bareng dengan warga di acara-acara kampung, bahkan di acara sederhana sekalipun. Hal-hal seperti ini sangat berkesan bagi masyarakat, karena menunjukkan bahwa beliau memang tidak berjarak (Wawancara dengan Tokoh Lokal, 2025). Secara keseluruhan, pembentukan citra ketokohan pasangan ini dilakukan melalui strategi komprehensif, berbagai saluran komunikasi, dan menekankan keaslian, sejalan dengan prinsip komunikasi politik modern yang menempatkan citra tokoh sebagai representasi nilai, karakter, dan identitas politik yang mengikat emosi pemilih.

### **3) Penguatan Kelembagaan**

Selain visi-misi dan citra ketokohan, strategi komunikasi politik pasangan Andra Soni–Achmad Dimiyati Natakusuma juga menekankan penguatan kelembagaan. Kelembagaan partai meliputi ideologi, demokrasi internal, kaderisasi, keterpaduan, hubungan dengan konstituen, dan otonomi keuangan sebagai dasar konsistensi gerakan politik (Khamimiya et al., 2023). Sejalan dengan itu, tim inti pemenangan menjelaskan bahwa kelembagaan tidak hanya merujuk pada partai pengusung, tetapi juga struktur organisasi tim pemenangan, relawan, jaringan komunitas, dan simpul masyarakat pendukung. Pasangan ini mendapat dukungan sembilan partai politik dalam Koalisi Banten Maju (KBM) yang menguasai 72 dari 100 kursi DPRD Banten 2024–2029, yaitu Partai Gerindra, PKS, PKB, Demokrat, NasDem, PAN, PPP, PSI, dan Partai Garuda (Priambada, 2024). Struktur pemenangan dibangun secara berlapis dari tingkat provinsi hingga desa agar pesan kampanye tidak hanya datang dari atas, tapi menyebar melalui simpul-simpul masyarakat (Wawancara dengan Tim Inti Pemenangan, 2025). Konsultan politik menegaskan bahwa penguatan kelembagaan memastikan konsistensi narasi, sehingga pelatihan komunikasi diberikan kepada kader dan relawan sehingga membuat strategi komunikasi pasangan ini terasa lebih terarah dan disiplin (Wawancara dengan Konsultan Politik, 2025). Partai pengusung memanfaatkan momentum kampanye untuk mengaktifkan kembali jaringan politik di akar rumput, memperlihatkan bahwa kampanye ini tidak hanya mengandalkan personal branding kandidat tetapi juga kelembagaan partai yang ikut hadir. Dengan begitu, kami bisa

menunjukkan ke masyarakat bahwa pasangan ini punya dukungan politik yang solid dan bisa diandalkan (Wawancara dengan Partai Pengusung, 2025). Tokoh lokal melihat adanya posko pemenangan yang aktif di tingkat kecamatan dan desa, yang meningkatkan akses warga dan membangun rasa kedekatan seakan-akan kampanye ini memang serius mendengar masyarakat, bukan sekadar formalitas (Wawancara dengan Tokoh Lokal, 2025). Dengan demikian, penguatan kelembagaan menjadi strategi krusial yang tidak hanya menyebarkan pesan kampanye, tetapi juga membangun kepercayaan, konsistensi, dan kedekatan berkelanjutan antara pasangan calon dan masyarakat.

#### **4) *Konsensus Politik***

Konsensus merupakan jalan strategis dalam mencapai tujuan komunikasi politik, yang harus terbangun baik antarpolitikus dalam satu partai maupun antara partai yang berbeda. Dalam membangun consensus seorang kandidat harus memiliki kemampuan berkompromi terlebih apabila terjadi konflik, perbedaan pendapat, dan pandangan (Nurfebriansyah & Djuyandi, 2024). Setiap consensus dipandang sebagai perjanjian yang suci. Kesucian itu setidaknya menuntut dua hal. Pertama, keharusan untuk melaksanakan isi perjanjian. Kedua, larangan untuk mengkhianati isi perjanjian. Kesucian sebuah kesepakatan itu menjadi bentuk moral tertinggi suatu masyarakat. Dalam strategi komunikasi pasangan Andra Soni–Achmad Dimyati Natakusuma, konsensus politik dibangun melalui pendekatan dialogis dengan berbagai kelompok kepentingan di Banten, tidak hanya di level elite politik, tetapi juga tokoh masyarakat, organisasi keagamaan, komunitas pemuda, dan kelompok perempuan, guna membentuk koalisi sosial-politik yang inklusif, agar pasangan ini tidak hanya didukung oleh satu kelompok, tetapi oleh seluruh masyarakat Banten (Wawancara dengan Tim Inti Pemenangan, 2025). Konsultan politik menekankan bahwa konsensus harus tampak dalam komunikasi melalui simbol-simbol kebersamaan seperti deklarasi lintas ormas dan narasi. Ini menunjukkan kepada masyarakat bahwa mereka membawa semangat persatuan, bukan perpecahan (Wawancara dengan Konsultan Politik, 2025). Partai pengusung melihat konsensus sebagai sarana menyatukan kekuatan internal partai sehingga kerja politik menjadi lebih terarah dan mencerminkan kedewasaan politik dalam mengutamakan kepentingan masyarakat (Wawancara dengan Partai Pengusung, 2025). Tokoh lokal menilai konsensus ini meningkatkan kepercayaan masyarakat karena memperlihatkan kesatuan elite dan jika para elite bisa bersatu, maka masyarakat juga ikut merasa tenang. Mereka jadi yakin bahwa pasangan ini benar-benar serius

untuk membangun Banten, bukan hanya mengejar kepentingan kelompok tertentu (Wawancara dengan Tokoh Lokal, 2025). Dengan demikian, konsensus politik menjadi strategi komunikasi yang tidak hanya berorientasi pada perebutan suara, tetapi juga pada penciptaan legitimasi dan stabilitas politik

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi politik pasangan Andra Soni dan Achmad Dimiyati Natakusuma dalam merawat citra ketokohan serta memantapkan kelembagaan selaras dengan teori komunikasi politik yang digunakan. Teori Arifin dan Komarudin relevan dan terimplementasi nyata dalam strategi kampanye yang menonjolkan kedekatan, integritas, serta penguatan struktur organisasi politik. Arifin menegaskan bahwa citra politik seseorang akan meningkat bila didukung oleh lembaga yang kuat, seperti partai politik atau lembaga kerja sama politik lainnya. Sementara itu, penelitian (Nurfebriansyah & Djuyandi, 2024) menunjukkan bahwa dalam strategi merawat ketokohan dan kelembagaan, Sarmuji menampilkan sikap tenang dan berwibawa. Sebagai Ketua DPD Partai Golkar Jawa Timur, ia mampu mengokohkan kelembagaan partainya melalui komunikasi internal yang solid, baik selama maupun setelah Pemilu.

#### **b. Peran Strategi Komunikasi Dalam Meciptakan Kebersamaan Antara Tim Pemenangan, Relawan, Serta Partai Pengusung Pasangan Andra Soni dan Achmad Dimiyati Natakusuma dalam Pilkada Banten 2024**

Peran strategi komunikasi dalam membangun kebersamaan antara tim pemenang, relawan, dan partai pendukung untuk pasangan Andra Soni dan Achmad Dimiyati Natakusuma pada Pilkada Banten 2024.

##### **1) Koordinasi dan Komunikasi Efektif Antar Tim, Relawan, dan Partai Pengusung**

Komunikasi yang efektif meningkatkan kepercayaan dan komitmen anggota organisasi sehingga mendukung pencapaian tujuan bersama (Wadiv Vatul Khovivah et al., 2025), sejalan dengan pandangan bahwa komunikasi yang baik memperjelas tujuan, memudahkan koordinasi, serta meminimalisir kesalahan dalam pelaksanaan tugas (Zahra & Yuliana, 2023). Dalam konteks strategi kemenangan pasangan Andra Soni–Dimiyati Natakusumah, komunikasi horizontal antara tim sukses, relawan, dan partai pengusung diwujudkan melalui konsolidasi rutin yang melibatkan lebih dari 22 organ relawan, menjadikan posko kampanye sebagai ruang komunikasi dua arah antara warga dan tim. Aspirasi dari masyarakat kami tampung dan dibahas bersama tim (Wawancara dengan Tim Pemenangan, 2025). Komunikasi horizontal sendiri merupakan proses pertukaran informasi antara pihak-pihak yang memiliki kedudukan sejajar dalam organisasi dengan tujuan mempengaruhi, membujuk, dan memastikan keselarasan

tindakan (Ulfiyah et al., 2023). Selain itu, tim pemenangan merilis real count internal berdasarkan C1 dari 17.231 TPS yang menunjukkan sebaran pemilih terbesar berada di Kabupaten Tangerang (2.369.021) dan terkecil di Kota Cilegon (330.413) (Khairil Anwar, 2024). Hasil rekapitulasi KPU menunjukkan pasangan Andra-Dimiyati memperoleh 3.102.501 suara, unggul atas Airin-Ade yang memperoleh 2.449.183 suara, dengan total suara sah 5.551.684 dan suara tidak sah 356.492, pada tingkat partisipasi pemilih 66% dari total DPT 8.926.662 (Bahtiar Rifai., 2024; Angga Budhiyanto, 2024). Kemenangan ini tidak terlepas dari peran mesin partai pengusung yang menggerakkan struktur hingga tingkat ranting, menjaga keselarasan narasi melalui rapat koordinasi lintas partai dan media bersama agar seluruh elemen pendukung membawa narasi yang sama (Wawancara dengan Perwakilan Partai, 2025). Dengan demikian, strategi komunikasi mampu menyatukan kekuatan organisasi dan mencegah fragmentasi arah kampanye.

## **2) *Penggunaan Metode Komunikasi yang Membangun Empati dan Homofili***

Strategi utama yang diterapkan adalah memperkuat pendekatan personal dengan masyarakat melalui blusukan, menghadiri kegiatan sosial, dan berdialog langsung dengan warga dari berbagai profesi, yang diposisikan sebagai upaya menunjukkan bahwa Andra-Dimiyati itu ‘anak kampung’ juga. Jadi kalau turun ke lapangan, bukan basa-basi. Andra-Dimiyati mendengarkan langsung keluhan dari sopir angkot sampai buruh pasar. (Wawancara dengan Tim Media, 2025). Pendekatan ini dinilai tokoh masyarakat mampu menumbuhkan empati dan menciptakan ikatan emosional karena Pendekatan Andra-Dimiyati sangat membumi. Warga merasa diperhatikan. Bukan hanya janji, tapi ada upaya hadir langsung (Wawancara dengan Tokoh Lokal, 2025). Hal tersebut menunjukkan pemanfaatan strategi homofili, yaitu kedekatan identitas dan pengalaman sebagai modal membangun kebersamaan dengan pemilih, sejalan dengan uraian (Muna et al., 2020) bahwa politisi perlu berkomunikasi secara empatik agar dipersepsikan memiliki kepedulian, karena kepercayaan dan rasa suka pemilih berhubungan positif dengan kredibilitas kandidat, sehingga politisi yang efektif adalah mereka yang mampu menampilkan perilaku dan citra yang mencerminkan niat baik dan kedekatan emosional dalam kampanye.

## **3) *Penyusunan Pesan Kampanye yang Relevan dan Menggerakkan***

Pesan atau isu berperan penting dalam meningkatkan nilai jual kandidat, sehingga calon berupaya meyakinkan masyarakat melalui pesan yang disampaikan secara menarik agar pemilih tertarik mendukungnya. Dalam konteks kampanye pasangan ini,

pesan dirancang dengan mengacu pada kebutuhan nyata masyarakat Banten, seperti pendidikan gratis, kesehatan, dan antikorupsi, dengan penekanan pada kesederhanaan agar mudah dipahami dan disampaikan oleh relawan di lapangan.” (Wawancara dengan Konsultan Politik, 2025). Penyusunan pesan juga mempertimbangkan segmentasi wilayah, di mana isu pertanian dan irigasi ditekankan di daerah agraris, sedangkan isu transportasi dan beasiswa menjadi prioritas di perkotaan. Isu-isu tersebut disesuaikan dengan kebutuhan warga di tiap wilayah. Tidak bisa disamakan semua. Jadi relawan juga dibekali materi sesuai konteks lokal” (Wawancara dengan Tim Branding, 2025).

#### **4) *Pemanfaatan Media Sosial dan Strategi Digital untuk Membangun Kebersamaan***

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap komunikasi politik dengan memungkinkan jangkauan kampanye yang lebih luas dan cepat melalui media sosial yang kini menggantikan metode kampanye tradisional (Jihan & Linda Susanti, 2025). Dalam konteks Pilkada Banten 2024, Instagram menjadi platform utama yang digunakan Andra Soni untuk membangun branding dirinya sebagai anak petani yang berhasil dan pemimpin yang dekat dengan masyarakat, ditunjukkan melalui caption mengenai pengalaman kerja keras serta unggahan kegiatan sosial dan pelayanan masyarakat yang semakin memperkuat citra kepemimpinannya (R. Rijalussaumi & Irma, 2025). Branding yang awalnya berkembang di ranah pemasaran ini kemudian diterapkan ke ranah politik untuk membentuk citra positif kandidat sebagai sosok berkompeten dan dapat dipercaya. Kampanye digital Andra Soni diarahkan untuk menjangkau pemilih muda melalui strategi tarik perhatian atau *pull strategy*, seperti konser kampanye, kolaborasi dengan *influencer*, dan konten hiburan ringan di TikTok dan Instagram yang disusun oleh tim digital agar anak muda merasa terhubung lewat live dengan artis yang mereka suka (Wawancara dengan Tim Digital, 2025). Keberhasilan kampanye digital diukur melalui tingkat engagement, sentimen publik, hingga partisipasi nyata dalam kegiatan kampanye, dan tokoh pemuda menilai pendekatan ini meningkatkan partisipasi politik generasi muda dengan cara yang fun, bukan diceramahi. Itu bedanya kampanye mereka (Wawancara dengan Tokoh Milenial, 2025). Dengan demikian, strategi kampanye di media sosial tidak hanya berfungsi menjaga eksistensi daring, tetapi juga membentuk persepsi publik dan mendorong partisipasi politik secara lebih luas (R. , & I. A. Rijalussaumi, 2025).

#### **5) *Integrasi Strategi Push, Pull, dan Pass dalam Membangun Solidaritas***

Strategi komunikasi politik pasangan Andra Soni–Achmad Dimiyati Natakusuma memadukan tiga pendekatan utama, yaitu *push strategy* untuk menyebarkan pesan edukatif mengenai isu seperti pendidikan gratis dan layanan kesehatan melalui baliho, orasi, dan media kampanye; *pull strategy* yang diwujudkan lewat kampanye akbar, konser, dan penggunaan influencer guna menarik perhatian pemilih secara emosional; serta *pass strategy* yang mengandalkan jejaring komunitas lokal, ormas, posko relawan, dan kegiatan sosial dalam mempertemukan warga dengan tim pemenangan. Pendekatan ini menumbuhkan rasa Solidaritas muncul karena semua merasa dilibatkan. Dari relawan desa sampai tokoh ormas, semua punya peran. Tidak merasa didikte dari atas (Wawancara dengan Tokoh Ormas, 2025). Strategi ini menjadikan masyarakat bukan sekadar objek kampanye, tetapi bagian dari gerakan politik yang hidup. Dengan demikian, strategi komunikasi politik pasangan ini bersifat partisipatif, berbasis komunitas, serta adaptif terhadap dinamika lokal, dengan kekuatan utama pada integrasi komunikasi struktural (*top-down*) dan akar rumput (*bottom-up*), pemanfaatan media sosial untuk memperluas jangkauan, serta konsistensi pesan lintas platform. Keseluruhan pendekatan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi politik tidak hanya berkaitan dengan penyampaian pesan, tetapi juga membangun trust, solidaritas, dan keterlibatan publik aktif dalam proses demokrasi.

Teori Arifin dan Komarudin relevan dan terimplementasi nyata dalam strategi kampanye yang menekankan penyelarasan makna, kedekatan dengan pemilih, serta penguatan struktur organisasi politik. Hal ini terlihat dari konsolidasi rutin antaraktor politik, keseragaman pesan, pembagian peran terstruktur, serta pemanfaatan media dan jaringan komunitas untuk menjaga konsistensi komunikasi dan membangun kepercayaan publik. (Komarudin, 2024) menegaskan bahwa komunikasi politik adalah upaya membangun makna bersama dan menurunkan ketidakpastian dalam proses politik. Sementara itu, (Arasid, 2022) menunjukkan bahwa pasangan Syafrudin-Subadri menciptakan kebersamaan melalui konsolidasi dan silaturahmi guna memahami kondisi masyarakat, dengan pesan politik bersifat kondisional serta metode persuasif tatap muka dan pemilihan media disesuaikan dengan situasi dan sasaran.

**c. Strategi Komunikasi Diterapkan Untuk Membangun Konsensus Politik dan Menyatukan Kekuatan Aktor-Aktor Kunci Dalam Mendukung Kemenangan Andra Soni dan Achmad Dimiyati Natakusuma pada Pilkada Banten 2024**

Strategi komunikasi yang diterapkan untuk membangun konsensus politik dan menyatukan kekuatan para aktor kunci dalam mendukung kemenangan pasangan Andra Soni dan Achmad Dimiyati Natakusuma pada Pilkada Banten 2024.

### **1) *Negosiasi dan Kompromi Antar Partai Pengusung***

Negosiasi antar partai pengusung dalam Pilkada merupakan proses rasional-politik yang bertujuan memenangkan kontestasi elektoral sekaligus mengamankan posisi tawar pasca-pilkada, sehingga strategi komunikasi pasangan Andra Soni–Achmad Dimiyati Natakusuma diawali dengan pembentukan koalisi politik yang luas melalui “Koalisi Indonesia Maju/KIM Plus”, hasil komunikasi dan negosiasi intensif antarpantai, sejalan dengan teori komunikasi politik yang menekankan pembangunan konsensus sebagai langkah awal mengkonsolidasikan kekuatan. Konsultan politik memegang peran krusial sebagai fasilitator yang memastikan negosiasi berjalan efektif dan konsensus diterjemahkan ke narasi kampanye terpadu, Konsultan politik berkembang seiring pola kampanye modern yang menuntut strategi komunikasi terukur, terarah, dan profesional. Konsultan bertindak sebagai mediator yang merancang struktur tim inklusif, menyusun narasi bersama, mencegah ego sektoral, dan mengarahkan fokus pada isu substantif seperti pembangunan Banten dan pemerataan infrastruktur (Wawancara dengan Ketua Partai Pengusung, 2025). Penunjukan figur publik Raffi Ahmad sebagai Ketua Tim Pemenangan menjadi kompromi strategis Koalisi dibentuk cukup lebar sehingga kekuatan institusional dan sumber daya lebih besar, dan penunjukan Raffi Ahmad menjembatani segmen pemilih muda (Wawancara dengan Tim Inti Pemenangan, 2025). Ketua Partai Pengusung di tingkat provinsi menambahkan bahwa partai terlibat aktif dalam lobi politik lintas partai untuk menyusun kesepakatan berbasis kepentingan bersama dan menyatukan visi untuk menghadapi petahanan, Perbedaan kepentingan diatasi dengan menekankan isu bersama seperti pembangunan Banten, pemerataan infrastruktur, serta peningkatan pelayanan publik (Wawancara dengan Ketua Partai Pengusung, 2025).

### **2) *Strategi Komunikasi Menghadapi Konflik Internal***

Dalam setiap kontestasi politik, konflik internal hampir tak terhindarkan, seperti pengalihan dukungan Partai Golkar yang menjadi ujian strategi komunikasi tim. Alih-alih merespons dengan konfrontasi, tim pemenangan memilih komunikasi publik yang menenangkan dan menekankan. Respons yang tenang dan profesional selama krisis dapat meminimalkan kerusakan reputasi dan mempertahankan kepercayaan publik. Sikap tim dalam menghadapi gugatan di Mahkamah Konstitusi juga menunjukkan

kedewasaan komunikasi politik. Pernyataan bahwa mereka menghormati proses hukum bukan hanya sekadar basa-basi, melainkan upaya sadar untuk memposisikan diri sebagai pihak yang taat aturan. Strategi ini secara efektif meredam ketegangan dan mencegah narasi negatif menguasai ruang publik dengan adanya dinamika politik seperti pengalihan dukungan Golkar disikapi dengan komunikasi publik yang menenangkan, menyatakan bahwa keputusan partai adalah kedaulatan mereka (Wawancara dengan Tim Inti Pemenangan, 2025). Penghormatan dalam proses hukum saat terjadi sengketa, karena itu bagian dari mekanisme normatif dan menunjukkan sikap yang dewasa (Wawancara dengan Tim Branding/Konsultan Politik, 2025).

### **3) *Integrasi Tokoh-Tokoh Lokal dan Pemangku Kepentingan***

Pemilihan umum merupakan pilar mendasar demokrasi kontemporer yang menjadi saluran utama partisipasi warga dalam membentuk kepemimpinan dan arah politik (Sampurna et al., 2025). Pemilihan kepala daerah di Indonesia bukan hanya kontestasi program dan gagasan, tetapi juga pertarungan identitas budaya dan modal sosial yang memengaruhi perilaku pemilih. Keberhasilan kampanye sangat bergantung pada integrasi tokoh lokal ke dalam struktur dukungan, sesuai teori komunikasi dua langkah yang menyatakan bahwa pesan media massa disaring melalui pemimpin opini di tingkat lokal. Tim Andra-Dimyati melibatkan tokoh agama, adat, milenial, dan ormas agar pesan disampaikan melalui saluran kredibel. Tokoh-tokoh ini memberi legitimasi politik sekaligus membantu mobilisasi pemilih, dengan pertemuan awal kampanye difokuskan pada sosialisasi visi-misi dan penyerapan aspirasi masyarakat di Kabupaten Tangerang dan wilayah lain. Mereka juga menyampaikan program konkret pasangan calon, seperti janji membuka lapangan kerja, menurunkan pengangguran, serta menjelaskan makna dukungan partai besar. Dukungan tokoh nasional, terutama Prabowo Subianto sebagai ketua Partai Gerindra sekaligus presiden, memperkuat legitimasi Andra Soni, tercermin dalam video dukungan di Instagram bercaption “Andra Soni Pilihan Pak Prabowo di Pilkada Banten” (Sapitri, 2024). Tokoh lokal seperti Arief Wismansyah menjadi lumbung suara sekaligus bagian struktur kampanye, membangun solidaritas *bottom-up* dan menunjukkan kampanye sebagai gerakan kolektif (Wawancara Tim Inti Pemenangan, 2025). Roadshow ke desa/kecamatan, dialog warga, dan kanal media massa digunakan untuk merespons aspirasi publik terkait isu pengangguran, pendidikan vokasi, UMKM, dan infrastruktur desa (Wawancara Tokoh Lokal, 2025).

### **4) *Penyampaian Informasi dan Transparansi Publik***



Penyampaian informasi dan transparansi publik merupakan pilar demokrasi karena menjamin hak masyarakat memperoleh data akurat, relevan, dan dapat dipertanggungjawabkan, sekaligus memperkuat akuntabilitas, membangun kepercayaan, dan mendorong partisipasi aktif (Susniwati, 2021). Kampanye Andra–Dimiyati dirancang untuk menyampaikan informasi lengkap tentang tiga layanan dasar (pendidikan, kesehatan, lapangan pekerjaan), delapan program utama, dan 24 sub-program melalui peluncuran visi-misi, media sosial, dan pertemuan tatap muka. Transparansi tercermin dari penyampaian program yang jelas dan relevan, misalnya slogan “sekolah gratis”, serta strategi Push Marketing melalui panggung terbuka dan tokoh berpengaruh untuk menarik perhatian massa (Asep Ferry Bastian., 2024). Kampanye menekankan damai dan bebas hoaks untuk membangun kepercayaan publik, konsisten dengan prinsip pesan informatif dan terukur. Program-program dijelaskan dalam peluncuran visi-misi dan saat penunjukan tim pemenang, juga menekankan kampanye damai, tidak melakukan politik uang, dan tidak menyebar hoaks” (Wawancara Tim Inti Pemenangan, 2025), sementara partai pengusung juga menjaga transparansi dengan publikasi visi-misi dan rencana kerja melalui media massa dan forum tatap muka (Wawancara Ketua Partai Pengusung, 2025).

##### **5) Strategi Menghadapi Penolakan atau Tantangan**

Dalam menghadapi penolakan, tim tidak menggunakan strategi konfrontasi agresif, melainkan memilih strategi adaptasi dan persuasi. Penunjukan Raffi Ahmad dimanfaatkan untuk menjangkau pemilih yang skeptis terhadap politik, sementara program konkret seperti “sekolah gratis” berfungsi sebagai alat persuasi yang memberikan manfaat nyata, sehingga sulit ditolak masyarakat. Pendekatan ini sejalan dengan teori persuasi berbasis kebutuhan (*needs-based persuasion*), yang menyatakan bahwa individu lebih mudah dibujuk jika pesan relevan dengan kebutuhan dan kepentingan mereka. Strategi non-konfrontatif juga diterapkan untuk kelompok yang menolak, dengan tokoh publik populer menjangkau pemilih muda dan tokoh lokal menarik pemilih skeptis. Respon terhadap gugatan hukum dan dinamika politik dilakukan melalui klarifikasi publik dan komunikasi yang menenangkan, sebagaimana tidak dilakukan konfrontasi keras. Sebaliknya, klarifikasi dan komunikasi yang menenangkan digunakan untuk memperkuat basis dukungan dan menjaga citra positif (Wawancara Tim Inti Pemenangan, 2025).

##### **6) Peran Konsultan Politik**

Konsultan politik adalah profesional yang memiliki keahlian dalam merekomendasikan dan menjalankan taktik kampanye untuk memenangkan calon atau partai politik dalam Pemilu dan disewa kandidat untuk membantu memenangkan pemilihan (Hamiruddin, 2022). Konsultan politik dapat melakukan berbagai tugas, seperti menulis pidato, melakukan jajak pendapat, mempersiapkan kandidat untuk debat, merancang strategi digital, merancang iklan, dan tugas lain yang relevan (Védrines, 2025). Mereka memfasilitasi komunikasi antar partai, merancang struktur tim kemenangan yang inklusif, serta membangun narasi bersama yang diterima semua pihak, dengan figur publik digunakan sebagai kompromi taktis untuk menjangkau segmen berbeda. Strategi komunikasi yang dikembangkan meliputi pesan netral-inklusif, struktur pelibatan nyata, dan aktivitas gabungan seperti kampanye akbar, bhakti sosial, serta deklarasi relawan untuk memperkuat kohesi pendukung. Keterlibatan konsultan juga memastikan konsistensi pesan di seluruh platform, dari media tradisional hingga media sosial, sebagai contoh strategi komunikasi hibrida (*hybrid communication strategy*) yang memadukan pendekatan lama dan baru demi efektivitas maksimal. Para politisi rela mengeluarkan biaya sangat besar, bahkan miliaran rupiah, untuk jasa konsultan politik (Alim & Hawing, 2024). Kunci keberhasilan adalah pesan bersama yang inklusif, struktur pelibatan nyata, dan aktivitas gabungan untuk memperkuat ikatan di antara elemen pendukung (Wawancara dengan Konsultan Politik, 2025).

### **7) Efektivitas Strategi Komunikasi Politik**

Komunikasi adalah sarana menyampaikan informasi, memengaruhi, dan membangun pemahaman bersama (Hajar & Syaesti, 2024). Komunikasi adalah usaha menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan agar tercipta kesamaan makna (Sampurna et al., 2025). Komunikasi politik menjadi bagian integral dari demokrasi di Indonesia, didukung teknologi digital yang memungkinkan partisipasi lebih luas dan interaktif (Wildaini et al., 2024). Komunikasi politik melibatkan pesan dan aktor terkait kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan publik (Haris, 2022), serta berfungsi sebagai jembatan antara suprastruktur dan infrastruktur negara (Dortje & Lopulalan, 2023). Strategi komunikasi yang efektif memengaruhi opini publik melalui pesan tepat, media sesuai, dan pemahaman audiens, sekaligus membangun kedekatan dan kepercayaan masyarakat. Efektivitas pasangan calon terlihat dari kunjungan tatap muka, dukungan tokoh lokal dan nasional, komunikasi berbasis komunitas, serta media tradisional yang memperkuat legitimasi dan kredibilitas (Kamaludin & Syamsu Rizal,

2024). Branding politik yang baik berkorelasi dengan karakter politik yang dibentuk oleh latar belakang kegiatan, keahlian, dan profesi (Priyowidodo & Inri Inggrit Indrayani, 2024). Reputasi pasangan calon terbangun dari konsistensi dan tindakan nyata, bukan sekadar retorika (Jacquie L'Etang, 2020). Pasangan calon membentuk koalisi 10 partai dan mengusung program lintas kelompok. Komunikasi tatap muka dan dukungan tokoh nasional memperkuat kepercayaan Masyarakat (Wawancara Tokoh Lokal, 2025). Strategi komunikasi terintegrasi tercermin dalam hasil elektoral, menunjukkan kombinasi media massa, tatap muka, dan komunikasi terorganisir menjadi kunci kemenangan.

Berdasarkan hasil wawancara, strategi kampanye menunjukkan bahwa teori Arifin dan Komarudin relevan dan terimplementasi nyata melalui proses membangun makna, merawat ketokohan, memperkuat kelembagaan, dan membentuk konsensus. Keberhasilan kampanye tercermin dari sinergi koalisi partai, pemanfaatan figur publik, komunikasi langsung dengan tokoh lokal, transparansi informasi, serta respons adaptif terhadap penolakan. Keterlibatan konsultan politik dalam penataan pesan dan integrasi komunikasi massa, interpersonal, serta terorganisir memperlihatkan strategi yang komprehensif dan partisipatif dalam membangun legitimasi elektoral. Arifin menegaskan bahwa strategi komunikasi politik yang efektif diwujudkan melalui upaya merawat ketokohan, memperkuat kelembagaan, dan membangun kebersamaan untuk mencapai konsensus. Penelitian (Arasid, 2022) juga menunjukkan bahwa pasangan Syafrudin-Subadri membangun konsensus lintas kelompok, mulai dari partai pendukung, pemuda, hingga masyarakat umum, dengan sikap terbuka terhadap aspirasi berbagai kalangan.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Pasangan calon Andra Soni dan Achmad Dimiyati Natakusuma menerapkan strategi komunikasi politik yang sistematis dan berbasis data untuk membangun citra ketokohan yang relevan. Strategi komunikasi yang diterapkan juga berhasil membangun solidaritas dan kebersamaan di antara berbagai elemen pendukung. Selain itu, strategi komunikasi digunakan secara efektif untuk membangun konsensus politik antarpolisi, tokoh lokal, dan komunitas, dengan peran konsultan politik yang signifikan dalam memperkuat kohesi dan konsistensi narasi, sehingga meningkatkan legitimasi dan dukungan elektoral. Untuk itu, Dianjurkan agar strategi komunikasi berbasis riset diperkuat secara berkelanjutan agar citra ketokohan pasangan calon tetap konsisten setelah pemilihan, dengan pengelolaan narasi publik yang autentik, transparan, dan relevan. Pola komunikasi horizontal dan partisipatif perlu dipertahankan untuk

memastikan solidaritas dan kebersamaan yang terbangun selama kampanye terus berkembang menjadi jaringan politik yang produktif dan berorientasi pada kepentingan publik. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan mengkaji lebih terperinci mengenai peran konsultan politik dalam merancang narasi, koordinasi tim, dan pengaruhnya pada berbagai fase kampanye untuk memahami kontribusi profesionalisasi kampanye dalam politik lokal.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan artikel ini. Penulis juga menghargai masukan dan saran dari rekan sejawat serta para reviewer yang telah membantu memperbaiki naskah agar lebih lengkap dan sistematis. Artikel ini merupakan bagian dari tesis penulis, dan segala kontribusi yang diberikan oleh pihak terkait sangat mendukung keberhasilan penelitian ini.

## DAFTAR REFERENSI

- Alim, I., & Hawing, H. (2024). Politics and Strategic Action: The Contribution of Political Consultants to PKS's Electoral Success in South Sulawesi. *JCLP: Journal of Contemporary Local Politics*.
- Al-Ra'zie, Z., Setiawan, A., Falimu, F., Kusumoningtyas, A., Sulaiman, S., Abdullah, F., & Dharmajaya, A. (2025). *Komunikasi Politik: Teori, Praktik dan Dinamika Kontemporer*. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.
- Angga Budhiyanto. (2024). Update hasil real count KPU Pilkada Banten 2024. ANTARA. <https://www.antaranews.com/berita/4520122/update-hasil-real-count-kpu-pilkada-banten-2024>
- Arasid, M. I., D. Y., & S. R. W. (. (2022). ). Strategi Komunikasi Politik Untuk Memperoleh Dukungan Pemuda Dalam Pilkada Kota Serang: Studi Pada Pasangan Calon Syafrudin-Subadri. *Jurnal Sosial Politik*, 8(1), 62–77. <https://doi.org/10.22219/jurnalsopol.v8i1.12779>.
- Arifin, A. (2011). *Komunikasi Politik*. Graha Ilmu.
- Arikunto. (2020). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka cipta.
- Asep Ferry Bastian. (2024). Adu Strategi Kampanye Andra dan Airin, Siapa yang Lebih Efektif? JakartaRaya. <https://jakartaraya.co.id/adu-strategi-kampanye-andra-dan-airin-siapa-yang-lebih-efektif/>
- Bahtiar Rifai. (2024). Sah! Andra Soni-Dimiyati Natakusumah Menang Pilgub Banten 2024. *Detik.Com*.
- Corner, J., & Pels, D. (Eds. ). (2020). *Media and the Restyling of Politics: Consumerism, Celebrity and Cynicism*. SAGE Publications.
- Danowski, J. A. (2025). E-government and ideological polarization: A cross-national study of political communication. *Technology in Society*, 83(August 2024), 102998. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2025.102998>
- Dortje, O. :, & Lopulalan, L. Y. (2023). *KOMUNIKASI POLITIK DALAM PEMERINTAHAN*. 17(2).
- Exel Yonatan Sumual, Sumbu, T., & Siar, L. (2023). *PEMILIHAN KEPALA DAERAH SERENTAK MENURUT UNDANGUNDANG NOMOR 10 TAHUN 2016*. 9860(8), 7367–7372.

- Hajar, S., & Syaesti, Y. P. (2024). *JURNAL STUDI INTERDISIPLINER PERSPEKTIF EFEKTIVITAS STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MEMENGARUHI OPINI PUBLIK*.
- Hamiruddin. (2022). Survei dan konsultan politik: Membangun popularitas dan elektabilitas politik. *Al Din: Jurnal Dakwah Dan Sosial Keagamaan*, 7(1), 45–58. <https://Ejournal.Iain-Bone.Ac.Id/Index.Php/Aldin/Article/View/1702>.
- Haris, A. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK INTERAKTIF DI ERA VIRTUALITAS. *Jurnal Publik Reform*, 9(1).
- Jihan, & Linda Susanti. (2025). Strategi Komunikasi Politik dalam Kampanye Digital: Studi Kasus Pemilihan Gubernur DKI Jakarta. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 5(3). <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v5i3.7599>
- Khairil Anwar. (2024). Jumlah Pemilih Tetap di Pilgub Banten Sebanyak 8.926.662 Jiwa. . *IDN TIMES BANTEN*. [https://Banten.Idntimes.Com/News/Banten/Jumlah-Pemilih-Tetap-Di-Pilgub-Banten-Sebanyak-8-926-662-Jiwa-C1c2-01-4wb6z-Rv45q2?Utm\\_source](https://Banten.Idntimes.Com/News/Banten/Jumlah-Pemilih-Tetap-Di-Pilgub-Banten-Sebanyak-8-926-662-Jiwa-C1c2-01-4wb6z-Rv45q2?Utm_source).
- Khamimiya, A. R., Machfud Fauzi, A., & Arif Affandi, M. (2023). Keterlibatan Selebriti Sebagai Politisi: Penguatan Partai Politik atau Penggalangan Suara. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (JISIP)*, 12(2), 158–175. [www.publikasi.unitri.ac.id](http://www.publikasi.unitri.ac.id)
- Komarudin, L. M. (2024). *Nakhoda di tengah badai; strategi komunikasi politik AHY*. Bibliosmia Karya Indonesia.
- Liebal, S., Riemann, L., Köhler, J., & Weber, N. (2025). Forests are more than trees and communication is more than words: Inter- and transdisciplinary research about effective multi-stakeholder communication in Germany. *Forest Policy and Economics*, 178(June). <https://doi.org/10.1016/j.forpol.2025.103562>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2020). *Qualitative Data Analysis*. SAGE Publications.
- Muna, C., Prisanto, G. F., Ernungtyas, N. F., Irwansyah, I., & Putri, S. A. (2020). EMPATI DAN HOMOFILI DALAM KOMUNIKASI POLITIK PEMENANGAN PEMILIHAN LEGISLATIF. *Scriptura*, 9(2), 82–90. <https://doi.org/10.9744/scriptura.9.2.82-90>
- Nurfebriansyah, A. R., & Djuyandi, Y. (2024). Strategi Komunikasi Politik Sarmuji dalam Menambah Kursi Partai Golkar di Daerah Pemilihan Jawa Timur VI pada Pemilu 2024. *Jurnal Pemerintahan Dan Politik*, 9(3), 204–211.
- Priyowidodo, G., & Inri Inggrit Indrayani. (2024). Strategic Communication and Political Candidate's Image in Digital Campaigns. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 21(2). <https://doi.org/10.24002/jik.v21i2.7779>
- Rijalussaumi, R. , & I. A. (2025). Strategi Kampanye Politik Di Media Sosial Partai PAN dan PSI. . *Jimmi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin*, 2(2), 207–220. <https://Doi.Org/10.71153/Jimmi.V2i2.284>.
- Rijalussaumi, R., & Irma, A. (2025). Strategi Kampanye Politik Di Media Sosial Partai PAN dan PSI. *Jimmi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin*, 2(2), 207–220. <https://doi.org/10.71153/jimmi.v2i2.284>
- Ritonga, R. S. (2023). Media dan Politik. *ITTISHOL: Jurnal Komunikasi Dan Dakwah*, 1, 64. <https://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/ittishol>
- Sampurna, A., 1\*, R., Rahmawati, L., Nurfajaria, D., Rambe, R. F., & Iqbal, F. (2025). *COMMUNICATIVE: (135-141) JOURNAL OF DA'WAH AND COMMUNICATION THE ROLE OF ELECTORAL CAMPAIGNS IN STRENGTHENING DEMOCRATIC PARTICIPATION (A Case Study of The 2024 Legislative Election In North Sumatra)*. <https://doi.org/10.47453/Ahmad>
- Sapitri, S. N. (2024). Panggung Politik Banten: Kombinasi Strategi Modern Andra Soni Kuasai Pilkada Banten 2024. . *Kompasiana*

<https://www.kompasiana.com/Syntiansx12/676e041b34777c7e92466bc4/Panggung-Politik-Banten-Kombinasi-Strategi-Modern-Andra-Soni-Kuasai-Pilkada-Banten-2024?>

- Strauß, N., & Šimunović, D. (2025). Communicating net-zero: A conceptual model for effective strategic communications. *Public Relations Review*, 51(3). <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2025.102580>
- Susniwati, Moh. Z. dan N. S. (2021). DEMOCRACY, TRANSPARENCY, AND PARTICIPATION THROUGH THE OPENNESS OF PUBLIC INFORMATION IN PEMALANG REGENCY, INDONESIA. *Public Administration and Regional Development*, 493–511. <https://doi.org/10.34132/Pard2021.12.09>.
- Syarbaini, & dkk. (2023). *Pemahaman dan Strategi Komunikasi Politik*. Prenada Media.
- Timpal, E. T. V, Pati, A. B., & Pangemanan, F. (2021). Strategi Camat Dalam Meningkatkan Perangkat Desa di Bidang Teknologi Informasi di Kecamatan Ratahan Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *JURNAL GOVERNANCE*, 1(2), 2021.
- Ulfiyah, M., Saripah, S., & Syarifudin, E. (2023). Komunikasi Formal dan Informal Dalam Jaringan Komunikasi. *Journal on Education*, 06(01), 6619–6628.
- Védrines, M. (2025). The Birth of the Political Consultant: Some Historical Insights into a Professional Culture. *ASp*, 87, 143–154. <https://doi.org/10.4000/13poh>
- Verdoes, A. (2025). Do second-order elections produce second-order governments? How national and regional factors influence the composition of regional governments. *Electoral Studies*, 95(May), 102941. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2025.102941>
- Wadiv Vatul Khovivah, Mareta Rofiko, Danial Atiq Ma'shum, Santi Nur Holisa, Qinta Istiqlalia Hidayat, Nikmatul Wafiah, & Mu'alimin Mu'alimin. (2025). Literature Review: Peran dan Strategi Komunikasi Efektif dalam Manajemen Perubahan Organisasi. *PPIMAN Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(3), 60–71. <https://doi.org/10.59603/ppiman.v3i3.875>
- Yulius Brahmantya Priambada. (2024). Menilik Pemilih Potensial Andra-Dimiyati di Wilayah Banten. *Kompas.Com*.
- Zahra, R., & Yuliana, N. (2023). Peran Komunikasi yang Efektif sebagai Kunci menuju Kesuksesan Seorang Putri Juniawan. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(5), 169–174.