

<b>Submission</b>	<b>Review Process</b>	<b>Revised</b>	<b>Accepted</b>	<b>Published</b>
26-06-2020	27-06 s/d 27-07-2020	26-08-2020	27-08-2020	28-08-2020

*Ampera: A Research Journal on Politics and Islamic Civilization, Vol. 1 No.3, Agustus 2020 (226-237)*

**Published by: Politik Islam UIN Raden Fatah Palembang**

**Strategi Politik dalam Pileg 2019 Danu Mirwando Calon Legislatif DPRD dari Partai Nasdem di Kecamatan Sukarami Kota Palembang**

**Yofva Triapriliany**

Fakultas Adab dan Humaniora Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Email: y.triapriliany@gmail.com

**M. Syawaludin**

Fakultas Adab dan Humaniora Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Email: syawalibrahim71@gmail.com

**Ryllian Chandra Eka Viana**

Fakultas Adab dan Humaniora Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Email: ryllian.chandra@gmail.com

**ABSTRACT**

Communication in politics will always be involved as a strategy to achieve a goal that has been systematically planned, such as holding a position as a people's representative, either by implementing two-way communication or virtually. The purpose of this research is to find out how the communication strategy used by candidates who will run for DPRD members for the next period.

The method used in this research is a qualitative research method with a case study approach with stages, namely interviews, observation, and documentation.

Meanwhile, the source of this research is the primary data source. Based on the research results, it can be seen that Danu Mirwando applied strategies during the campaign involving several aspects, especially using political communication, both carried out with success teams and interpersonal. Candidates also rely on communication to the mass and kinship base and utilize social media as a medium to communicate with a wide range.

Researchers used Harold D. Lasswell's theory of political communication strategies with the aspects of communicators, messages, media and the influence obtained by the communicator, the communicator believes an actor who delivers communication is Danu Mirwando. The message conveyed by him was related to the performance and vision and mission which was channeled through the print and mass media. The communication built by the success team took part in influencing the community. This was to reach the community more widely and efficiently so that they were able to get 5,287 votes in 3 (three) selected regions.

Keywords: *politicalStrategy, political communication, interpersonal communication*

## ABSTRAK

Komunikasi dalam politik akan selalu dilibatkan sebagai salah satu strategi untuk meraih suatu tujuan yang telah direncanakan secara sistematis seperti menduduki jabatan sebagai wakil rakyat baik menerapkan komunikasi secara dua arah maupun secara virtual. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh kandidat yang akan mencalonkan diri sebagai anggota DPRD untuk ke periode selanjutnya

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus dengan tahap-tahapan yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sementara itu yang menjadi sumber dalam penelitian ini, yakni sumber data primer. Berdasarkan dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa Danu Mirwando menerapkan starategi selama kampanye melibatkan beberapa aspek terutama menggunakan komunikasi politik baik dilaksanakan bersama tim sukses maupun interpersonal. Kandidat juga mengandalkan komunikasi ke basis massa dan kekerabatan serta memanfaatkan sosial media sebagai salah satu media untuk berkomunikasi dengan jangkauan yang luas.

Peneliti menggunakan Teori Harold D. Lasswell mengenai Strategi komunikasi politik dengan aspek komunikator, pesan, media dan pengaruh yang didapatkan oleh komunikator, komunikator yakni seorang aktor yang menyampaikan komunikasi merupakan Danu Mirwando. Pesan yang disampaikan beliau terkait kinerja dan visi misi yang disalurkan melalui media cetak dan media massa. Komunikasi yang dibangun oleh tim sukses ikut andil dalam mempengaruhi masyarakat, Hal ini guna menjangkau

masyarakat secara lebih luas dan efisien hingga mampu mendapatkan hasil 5.287 suara di 3 (tiga) daerah pilih.

Keywords: *strategi politik, komunikasi politik, komunikasi interpersonal*

## **PENDAHULUAN**

Penelitian ini mengkaji mengenai Strategi politik calon legislatif DPRD Danu Mirwano dari partai Nasdem dalam pemilihan legislatif tahun 2019. Fokus kajian akan mengurai strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh DPRD Danu Mirwando dalam pemilihan legislatif 2019. Dengan mengambil studi kasus di Kecamatan Sukarami kota Palembang. secara spesifik penelitian ini akan memaparkan strategi komunikasi yang gunakan Danu Mirwando guna mempertahankan keberhasilan dari sebuah konsistensi politik sebagai DPRD selama dua periode sejak tahun 2014 hingga tahun 2024.

Pemilihan umum adalah suatu sarana demokrasi yang digunakan untuk memilih wakil rakyat yang menduduki jabatan sebagai anggota legislatif di MPR, DPR, DPRD dan DPD. Wakil rakyat tersebutlah yang akan memperjuangkan kepentingan rakyat dan daerahnya. Pemilihan umum juga sebagai sarana dan pelaksanaan kedaulatan rakyat yang di selenggarakan secara langsung, umum, bebas rahasia, jujur dan adil guna mewujudkan sistem pemerintahan yang demokratis berdasarkan Pancasila dan UUD 1945, sesuai dengan pasal 2 ayat (1) UUD 1945 menyatakan bahwa “kedaulatan berada ditangan rakyat dan dilaksanakan undang-undang dasar”.

Makna dari kedaulatan di tangan rakyat ini ialah rakyat memiliki kadaulatan tanggung jawab dan hak atas dasar kewajiban untuk secara demokratis memilih pemimpin yang akan membentuk pemerintah guna mengurus dan melayani seluruh lapisan masyarakat, serta memilih wakil-wakil rakyat untuk mengawasi jalannya pemerintah. Partai politik merupakan saluran untuk memperjuangkan aspirasi masyarakat, sekaligus sebagai sarana kaderisasi dan rekrutmen pemimpin baik untuk tingkat nasional maupun tingkat daerah serta rekrutmen pemimpin sebagai komponen penyelenggaraan negara. Oleh karena ini, peserta pemilu untuk memilih anggota DPR dan DPRD adalah partai politik. Selain itu, untuk mengakomodasikan aspirasi ke anekaragaman daerah maka dibentuk Dewan Perwakilan Daerah (DPD) yang anggota anggitanya dipilih dari peseorangan bersamaan dengan pemilu untuk memilih anggota DPR dan DPRD.

Pada saat pemilihan umum, rakyat secara langsung memiliki hak untuk memilih calon legislatif mana yang mereka inginkan, untuk menentukan pilihannya rakyat tentulah harus mengetahui siapa saja yang mencalonkan diri dalam pemilihan legislatif nantinya. Tak hanya itu rakyat yang akan memilih juga perlu untuk mengetahui visi dan misi dari kandidat yang mencalonkan diri sebagai wakil rakyat tersebut. Dengan mengetahui visi misi dari calon legislatif dibutuhkan guna mengetahui hal apa saja yang

akan dilakukan calon legislatif tersebut apabila terpilih sebagai anggota legislatif. Bagi kandidat yang akan maju ke pemilihan umum juga penting melihat dan mengetahui hal apa saja yang dibutuhkan oleh masyarakat hal ini dilakukan untuk menyesuaikan antara visi misi calon legislatif dengan kebutuhan masyarakat agar strategi visi dan misi tepat sasaran.

Strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu yang telah ditentukan. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi kerjasama tim dengan memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan serta memiliki taktik untuk mencapai tujuan tertentu. Secara efektif strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh Calon Legislatif (caleg) terhadap masyarakat sangat diperlukan dalam menghadapi sebuah pemilihan legislatif. Keberhasilan strategi komunikasi politik akan ikut berperan pada hasil perolehan suara. Banyak calon legislatif memanfaatkan kemampuan komunikasi interpersonal dan media massa baik media elektronik maupun cetak. Komunikasi dipandang sebagai kegiatan yang tidak terpisahkan dari keseharian manusia di berbagai bidang. Termasuk dalam aktivitas politik. Kajian keilmuan antara komunikasi dan politik atau yang disebut dengan komunikasi politik menjadi kajian yang menarik sebagai sebuah disiplin ilmu, komunikasi politik memang masih tergolong baru namun sesungguhnya penelaahan komunikasi dan politik serta pemanfaatan komunikasi telah berlangsung sangat lama.

## **TINJAUAN LITERATUR**

Strategi komunikasi politik sudah pernah diteliti oleh beberapa peneliti. Akan tetapi, fokus dalam penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yakni:

Artikel yang ditulis oleh Arifan Ngato, Agustinus Pati, Maxi Egeten yang berjudul “Strategi Pemenangan Calon Legislatif Partai Nasional Demokrat Periode 2014-2019 di Kabupaten Pulau Morotai”. Artikel ini menjelaskan tentang strategi pemenangan yang direncanakan oleh kandidat calon legislatif pada pemilihan umum legislatif dengan menggunakan cara atau taktik yang telah dipersiapkan dari jauh hari, namun strategi ini tidak terlepas dari kerjasama strategi partai politik yang diusung kandidat dalam mencapai suatu tujuan. Ada beberapa strategi secara garis besar kemenangan partai Nasdem dalam pemilihan umum legislatif tahun 2014-2019 di Kabupaten Pulau Morotai yakni penguatan dari beberapa sektor yang mendukung seperti citra partai tatanan yang ada dipemerintahan. Strategi lain yang digunakan adalah berkomunikasi yang baik dengan masyarakat memilih sosok figur yang memiliki pandangan baik terhadap masyarakat. (Egeten, 2019)

Jurnal yang ditulis oleh Yasser Dharma Al-Husainni dan M.E Fuady “Strategi Komunikasi Politik Kader Muda Partai Gerindra” menjelaskan mengenai *brand image* yang dibangun oleh kader-kader muda partai sebagai tampilan bagaimana sosok

seseorang kader muda tersebut di mata masyarakat berhubungan dengan itu semua dalam terminologi komunikasi disebut dengan upaya pencitraan berdasarkan konteks penelitian maka tujuan penelitian ini yakni untuk mengetahui strategi kampanye yang dilaksanakan oleh kader muda Partai Gerindra kepada masyarakat baik untuk mengetahui strategi *Personal Branding* yang dilakukan kader muda kepada target awal yaitu masyarakat. (Fuady, 2016)

Karya yang ditulis oleh Evri Yunika Sari yang membahas tentang “Strategi Komunikasi Politik Pdi-Perjuangan Pada Pemilihan Umum Legislatif Tanjung Pinang Tahun 2009” menjelaskan mengenai proses penentuan perencanaan para pemimpin yang berfokus pada tujuan jangka panjang untuk kedepannya dan upaya agar tujuan tersebut dapat terlaksana dan tercapai dengan sesuai yang direncanakan. Strategi komunikasi politik merupakan tentang proses yang terjadi di dalam pemenangan dalam suatu pertarungan politik oleh partai politik baik secara langsung oleh kandidat maupun calon pemimpin daerah yang menghendaki kekuasaan dan pengaruh besar di tengah masyarakat sebagai konstituenya. (Sari, 2013)

Skripsi yang ditulis oleh Wahyu Novian “Strategi Komunikasi Politik Dalam Pemilihan Umum 2014 Studi Kasus Partai Keadilan Sejahtera Dalam Pemilu Legislatif Tahun 2014” kajian ini menjelaskan tentang pencitraan politik, Partai politik sebagai sarana komunikasi politik, komunikasi dan demokrasi marketing politik sebagai bagian kampanye politik, propaganda politik dan diktum komunikasi *Actions speak louder than words*. (Novyan, 2006)

Penelitian yang dikaji oleh Fadintya Prayogo “komunikasi politik adies kadir sebagai Calon legislatif DPR RI dalam pemilihan umum pada tahun 2014” kajian ini membahas tentang komunikasi politik yang diterapkan oleh Adies kadir telah mencapai tujuannya. Adanya pola komunikasi secara langsung dengan intensitas yang tinggi untuk kontak fisik secara langsung dengan masyarakat maupun komunikasi tidak langsung memanfaatkan media cetak maupun elektronik telah memberikan pengaruh terhadap masyarakat sehingga memberikan suaranya kepada Adies Kadir dalam pemilihan umum tahun 2014. Melalui pemilihan media dan cara yang tepat sasaran. (Prayoga, 2015)

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif, penelitian ini akan memaparkan mengenai bagaimana penerapan Strategi Komunikasi Politik Danu Mirwando Partai Nasdem dalam memenangkan kekuasaan di pencalonan legislatif bersama tim sukses untuk memperoleh partisipasi masyarakat dan mendapatkan hasil suara sebanyak-banyaknya. Selain itu, penerapan metode kualitatif juga sebagai cara peneliti untuk berpikir secara induktif, yakni peneliti menangkap berbagai fakta atau peristiwa sosial melalui pengamatan di lapangan kemudian menganalisis dan berupaya melakukan penarikan kesimpulan berdasarkan apa yang

diamati penelitian kualitatif menghasilkan data deskriptif berwujud dengan kata-kata tertulis atau lisan dari orang dan perilaku yang diamati (*observable*). (Muhajirin, 2018)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikator politik ialah partisipan yang dapat menyampaikan atau memberikan informasi tentang hal-hal yang mengandung makna atau bobot politik. Komunikator politik dalam bahasan ini yakni adalah seorang calon legislatif Danu Mirwando nomor urut 3 daerah pilih 2 meliputi Kecamatan Sukarami, Kecamatan Kemuning, dan Kecamatan Alang-Alang Lebar. Beliau juga sebagai ketua praksi Partai Nasdem Palembang pada tahun 2014. Beliau sebagai komunikator politik memiliki figure yang menarik perhatian masyarakat mengenai sebelomnya sudah pernah menjabat sebagai anggota DPRD Kota Palembang pada tahun 2014. Sosoknya yang masih muda dan memiliki pergaulan yang luas serta banyak dikenal oleh masyarakat membuat beliau lebih mudah dalam menyampaikan pesan-pesan kepada tim sukses dan masyarakat daerah pilih 2 untuk menyampaikan pesan politiknya beliau menggunakan bahasa yang ringan dan mudah dimengerti oleh masyarakat. Hal tersebut membuat masyarakat nyaman berkomunikasi bersama beliau terutama beliau sudah sering melakukan komunikasi sebelumnya saat masa pencalonan pada tahun 2014.

Dalam penyampaian pesan politik yang di lakukan oleh Danu Mirwando yakni menggunakan pesan secara langsung dan melalui media sosial. Pesan secara langsung melalui bertemu dan berinteraksi dengan masyarakat. Hal yang paling diutamakan yakni mengenali apa yang diinginkan dan dibutuhkan masyarakat sesuai momentum pemilihan legislative keberadaan visi misi Danu Mirwando adalah merupakan sejumlah gagasan untuk melakukan perbaikan-perbaikan yang mendasar dalam segala bidang terutama yang dapat dirasakan masyarakat luas.

Visi misi dianggap sebagai sebuah senjata sebelum memasuki pertempuran yang sesungguhnya. Dengan mempersiapkan visi misi yang mudah dikenali dan sesuai dengan yang diinginkan masyarakat diharap akan mampu meraih hati pemilih. Ketika Pemilihan Legislatif, visi misi yang ditawarkan oleh calon legislatif Danu Mirwando dapat bermakna sebagai sebuah perubahan, perbaikan dan pencerahan bagi kepentingan masyarakat.

Isu perubahan, perbaikan selalu dijadikan alasan pokok dalam merumuskan visi misi. Pesan yang dimaksud juga berisikan mengenai mempromosikan kembali kinerja beliau yang sudah dirasakan oleh masyarakat pada masa menjabat sebagai anggota DPRD Kota Palembang pada periode sebelumnya.

Banyak program yang telah dijalankan oleh beliau seperti perbaikan infrastruktur jalan yang rusak di Jalan Sosial hingga Jl. Peternakan Sukarami, jalan yang rusak di Jalan Prekos KM5, perbaikan fasilitas umum seperti memasang aliran listrik lampu jalan hingga penataan pasar di wilayah Kecamatan Sukarami. Dalam pesan politik yang disampaikan beliau mengedukasi kembali kepada masyarakat cara mencoblos surat suara yang baik dan benar, beliau memberikan wawasan kepada masyarakat mengenai partai

yang di usungnya saat ini yaitu Partai Nasdem, pesan politik juga berisikan mengenai nomor urut beliau pada saat itu dari partai dengan nomor urut 5 yaitu Partai Nasdem dan kandidat pada nomor urut 1 di lembar surat suara DPRD Kota Palembang pada periode 2019-2024.

Pesan politik yang beliau sampaikan juga mengenai menuntaskan permasalahan infrastruktur yang terjadi di daerah pilih 2 jika beliau yang dikenal dengan nama sebutan Kak Danu di kalangan masyarakat membangun *image* sebagai calon anggota legislatif yang masih muda dan mengayomi masyarakat inilah menjadi idaman dikalangan anak muda maupun orang tua. Dalam pesan yang disampaikan masyarakat daerah pilih 2 Danu Mirwando menggunakan istilah "gasspoll" dalam membangun *image* komunikasinya yang memiliki arti bahwa dalam berkerja untuk mengabdikan ke masyarakat harus secara cepat tanggap dan maksimal. Istilah tersebut yang selalu melekat diingatan masyarakat mengenai seorang kandidat Danu Mirwando.

Selain itu, Pemanfaatan media dalam bentuk apapun merupakan saluran komunikasi kandidat kepada pemilih dapat dianggap efektif dan efisien pada masa kampanye. Berkampanye melalui media merupakan hal yang biasa dalam dunia politik modern. Penggunaan media dalam komunikasi politik saat kampanye sangat penting. Kecermatan memilih media kampanye harus disesuaikan dengan kondisi dan situasi khalayak. Dalam menyampaikan pesan politik Danu Mirwando melalui saluran media cetak berupa *Facebook*, dan *Instagram*. Penggunaan media massa dalam kampanye merupakan salah satu saluran komunikasi kandidat kepada pemilih dan cakupan daerah yang lebih luas. Dalam kampanye modern penggunaan media massa kerap dilakukan sebagai strategi pembentukan citra konsetestan. Penyampaian produk politik dengan memanfaatkan media massa disebut *pull marketing*.

Karena strategi *pull marketing* merupakan strategi politik yang lebih menitik beratkan pada pembentukan karakter politik yang positif. Dalam kampanye ini Danu Mirwando menggunakan baleho dan spanduk yang di pasang di setiap pinggi jalan. Baleho tersebut terdapat gambar foto seorang figur Danu Mirwando serta terdapat penjelasan mengenai nomor urut dan partai pengusung.

Hal ini bertujuan untuk mengingatkan kepada masyarakat sosok calon legislatif yang akan dicoblos pada lembar surat suara saat pemilihan legislatif 2019. Selain itu baleho dan spanduk juga sebagai media untuk memberikan sinyal kepada kandidat lain bahwa wilayah tersebut sudah di sosialisasikan oleh Danu Mirwando bersama tim pemenangan. Selain baleho, spanduk dan kartu nama, media online berupa berita yang ditayangkan di sosial media baik itu *facebook*, *instagram*, *youtube* maupun *timeline* bertujuan untuk menyapikan komunikasi politik mencakup area yang lebih luas. Strategi yang digunakan oleh Danu Mirwando dalam menggunakan saluran meda cetak maupun online merupakan kampanye dibagian komunikasi politik yang sangat tepat digunakan di era modern saat ini.

Faktor geografis besarnya wilayah pemilihan di daerah pilih 2 menjadi salah satu alasan kuat bagi kandidat untuk tetap menggunakan media cetak, onlone dan massa untuk mencakup keseluruhan wilayah tersebut. Melihat keadaan masyarakat yang telah menyadari dengan kemajuan teknologi saat ini menjadi peluang besar untuk menggunakan media sosial sebagai alat kampanye menyampaikan pesan politik, akun tersebut dikelola oleh tim konsultan khusus sehingga berita-berita yang disampaikan sangat terstruktur dan disebarakan sesuai dengan *Standar Operasional Prosedur* media.

Hasil suara yang diperoleh oleh Danu Mirwando di Kecamatan Sukarami yang meliputi 7 Kelurahan Sukarami, Sukabangun, Kebun Bunga, Talang Jambe, Sukajaya, Sukadadi, dan Talang Betutu pada pemilihan legislatif tahun 2019. Calon legislatif dengan nomor urut 1 yang bernama Danu Mirwando diusung oleh Partai Nasdem dengan daerah pilih 2 mendapatkan hasil di Kecamatan Sukarami sebanyak 2.553 suara, di Kecamatan Kemuning sebanyak 1.540 suara dan di Kecamatan Alang-Alang Lebar 1.194 suara. Dengan hasil keseluruhan di Dapil II sebanyak 5.287 suara.

## **Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Kampanye Danu Mirwando**

### **A. Faktor Pendukung**

Kampanye politik melalui media sosial tidak terlepas dari beberapa faktor pendukung. Faktor pendukung dari kampanye melalui media sosial diantaranya adalah Gadget dan internet. Gadget sebagai faktor pendukung kampanye melalui media sosial karena sebagian masyarakat Kota Palembang sudah menggunakan gadget bahkan diantaranya telah menganggap gadget sebagai suatu kebutuhan. Dalam mengakses media sosial gadget yang harus dihubungkan dengan internet. Internet merupakan media baru yang dikenal sebagai media interaktif melalui gadget.

Di dalam internet terdapat jaringan longgar dari ribuan komputer yang menjangkau jutaan orang di seluruh dunia. Misi awalnya adalah menyediakan sarana untuk mengakses data dari sejumlah sumber daya perangkat keras komputer yang mahal. Namun, sekarang internet telah berkembang menjadi ajang komunikasi yang sangat cepat dan efektif. Melalui internet komunikasi politik dapat dilakukan dengan menyertakan jutaan orang dari seluruh dunia, tanpa adanya hubungan yang bersifat pribadi. (Munandar, 2017)

Aktor pendukung selanjutnya adalah kemampuan caleg dalam penggunaan media sosial, dimana para caleg yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana kampanye politiknya memiliki kemampuan lebih dalam penggunaan media sosial serta sudah melek teknologi dan tidak gaptex dan faktor pendukung yang terakhir datang dari partai politik pengusung caleg, karena setiap partai politik memberi kebebasan kepada masing-masing

caleg untuk berkampanye dimanapun termasuk di media sosial, partai politik hanya memberikan saran dan hanya sebagai jembatan atau kendaraan politik bagi para caleg.

### **B. Faktor Penghambat**

Selain faktor pendukung, kampanye politik melalui media sosial Danu Mirwando juga mempunyai faktor penghambat, diantaranya adalah kurangnya pengetahuan masyarakat lanjut usia dalam mengakses informasi yang diposting di media sosial dikarenakan beberapa hal seperti masyarakat yang telah lanjut usia tidak memiliki gadget, dan tidak semua dari masyarakat Kota Palembang menggunakan media sosial, sehingga Danu Mirwando masih memprioritaskan kampanye politik dengan bertatap muka secara langsung yang didampingi tokoh masyarakat. Kampanye melalui media sosial ini hanya bersifat pendukung atau pelengkap kampanye saja dan belum dijadikan sebagai alat prioritas kampanye politik. Dan hambatan yang terakhir adalah Sebagian masyarakat Kota Palembang yang masih bersikap pasif terhadap kampanye politik di media sosial, dimana sebagian dari pengguna media sosial yang cenderung menggunakan media sosialnya hanya untuk kepentingan pribadi dan tidak terlalu memperhatikan kampanye yang dilakukan oleh para caleg di media sosial.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan penjelasan pada bagian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa, Strategi Komunikasi Politik suatu proses menggunakan lambang atau simbol komunikasi yang berisi pesan politik dari seseorang atau kelompok kepada orang lain dengan tujuan untuk membukakan wawasan atau cara berpikir, serta mempengaruhi sikap dan tingkah laku khalayak yang menjadi target politik. Strategi kampanye politik yang dilaksanakan Danu Mirwando semenjak terpilih menjadi anggota DPRD Kota Palembang 2014 hingga mencalonkan diri kembali menggunakan 3 point utama yakni, Sosialisasi, Kerjasama tim, dan Finansial.

Bentuk sosial dengan melakukan pertemuan dirumah warga didukung oleh kemampuan kandidat dan tim dalam melakukan strategi *push* dan *pass* untuk membentuk simpati melalui aktivitas yang sekaligus melibatkan partisipasi masyarakat. Dalam menciptakan kerjasama dan kolaborasi antara kandidat dengan masyarakat dibutuhkan proses komunikasi dua arah. Komunikasi dua arah antara kandidat atau tim pemenangan dapat menemukan reaksi konstituen dan masyarakat pemilih terhadap apa yang telah dilakukan berdasarkan perencanaan yang telah dibuat, dalam strategi komunikasi politik Danu Mirwando menggunakan pesan secara langsung dan melalui media sosial. Pesan secara langsung melalui bertemu dan berinteraksi dengan masyarakat sedangkan pesan secara virtual melalui media sosial seperti *facebook*, *instagram*, dan media cetak. Komunikasi politik yang disampaikan berupa penjelasan mengenai visi dan misi kandidat. Danu Mirwando tidak banyak memberikan angan atau janji kepada masyarakat

melainkan hanya memberikan pembuktian seperti pada saat beliau menjabat sebagai anggota DPRD Kota Palembang pada periode sebelumnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisatul Husna, "Strategi Pemenangan PDI- Perjuangan Pada Pemilu Legislatif 2014 Di Kota Surabaya", dalam *Skripsi*. (Surabaya: Program Studi Filsafat Politik Islam Fakultas Ushuluddin Dan Filsafat Universitas Islam Negeri Sunan Ampel) 2015
- Arifman Ngato, Agustinus Pati, dan Maxi Egeten, "STRATEGI PEMENANGAN CALON LEGISLATIF PARTAI NASIONAL DEMOKRAT PERIODE 2014-2019 DI KABUPATEN PULAU MOROTAI", *Jurnal Eksekutif*, Vol. 3 No. 3 (2019)
- Azizi Nyimas, "Peran Marketing Dalam Dunia Politik" Yayasan Obor Indonesia, April 2007
- Dan Nimmo, *Komunikasi Politik* ( Bandung : PT Remaja Rosdakarya 2005)
- Dr. Juliansyah Noor, S.E, M.M "Metodologi penelitian" kencana, Jakarta 2017
- Dr. Muhajirin, M.A, "Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif", (Yogyakarta: Idea Press, 2018)
- Evri Yumika Sari, "Strategi Komunikasi Politik Pdi-Perjuangan Pada Pemilihan Legislatif Tanjungpinang Tahun 2009", *Skripsi*, (Tanjung Pinang: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Maritim Raja Ali Haji), 2013
- Fadintya Prayoga, "Komunikasi Politik Adies Kadir sebagai Calon Legislatif DPR RI dalam Pemilihan Umum Tahun 2014, *Skripsi*, (Surabaya: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga), 2015, hal. 18
- Hendra Kurnia Pulungan, "komunikasi politik dalam pemilihan kepala daerah di Sumatera Utara (Studi Kasus Tentang Komunikasi Politik Pasangan H. Amril Harahap dan H. Irwandy, M.Pd Pada Pemilihan Walikota Tebing Tinggi Tahun 2010)", *Jurnal Unimed*, No. 84, Thn. 2012
- Kazali, R., Rochmiatun, E., & Adytyas, N. (2020). Pengaruh Money Politics Terhadap Pilihan Masyarakat Pada Pilkada Serentak di Kabupaten Muara Enim Tahun 2017 (Studi Kasus di Desa Teluk Limau Kecamatan Gelumbang). *Ampera: A Research Journal on Politics and Islamic Civilization*, 1(2), 136-144. Retrieved from <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/Ampera/article/view/5557>
- Krisno Jatmiko, "Urgensi Pengaturan Batasan Dana Kampanye Untuk Menciptakan Sistem Pemilu Yang Demokratis" *Jurnal* Fakultas Hukum Universitas Brawijaya, Agustus 2014
- M. Alfian Alfian, *Menjadi Pemimpin Politik*, Jakarta, (PT.Gramedia Pustaka Utama.2018 hlm.302-303
- Moh.Aris Munandar "Kampanye Politik melalui Media Sosial pada Pemilu Legislatif 2014 di Kota Pekalongan", *Unnes Political Science Journal* Vol. 1, No. 1, January 2017
- Nanda Pratiwi Khalik "Pengaruh Komunikasi Tim Sukses Partai Politik Terhadap Hasil Pemenangan Pemilihan Kepala Daerah (Studi Tim Sukses Dpac Pdi-P

- Kecamatan Tombulu Kabupaten Minahasa)” *Jurnal Wacana Politik* - ISSN 2502 - 9185 Vol. 2, No. 1, Maret 2017
- Nicky Dwi Rizkyawan, “komunikasi politik calon legislatif dalam pemilihan umum anggota DPRD kabupaten Kendal” *jurnal politik*
- Rapika Wulandari “Strategi Kampanye Politik Koalisi Partai Penguung Afi-Mukmin Dalam Pemilihan Gubernur Tahun 2013” dalam *Skripsi* (Kalimantan Timur: Program Studi Ilmu Politik Universitas Mulawarman) 2016
- Wahyu Novyan, “*Strategi Komunikasi Politik Dalam Pemilu 2004 Studi Kasus Partai Keadilan Sejahtera Dalam Pemilu Legislatif 2004*”, *Skripsi, (Surabaya: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga), 2006*
- Yasser Dharma Al-Husainni&M.E Fuadi, “Strategi Komunikasi Politik Kader Muda Partai Gerindra” Universitas Islam Bandung, *Jurnal* Volume 2, No.1, Tahun 2016 hlm.2