

STRATEGI PARTAI GOLKAR DALAM MENINGKATKAN PEROLEHAN SUARA PADA PEMILU JAWA BARAT 2024

Satryo Putra Pratama¹, Elsyam Alfarisi², Yanuar Alfiansyah³, Muhammad Andi Septiadi⁴

UIN Sunan Gunung Djati¹²³⁴

E-mail Coresponden : satryopratama51@gmail.com

ABSTRACT

This research analyzes the masalah rendahnya perolehan suara Partai Golkar di Pemilu sebelumnya di Jawa Barat, amidst the post-reform transformation that demands innovative political communication strategies for the 2024 election, particularly facing the intense competition from Gerindra and PKS. The main objective is to explore defensive strategies (internal cadre consolidation, loyalty of the mass base through central-regional coordination) and offensive strategies (expanding support via Instagram social media, agenda setting on issues of economic development, political stability, MSME empowerment, and cadre experience), to understand the factors behind achieving the top position. The method applied is qualitative descriptive, using in-depth interviews with DPD Golkar West Java officials (Informan H. Kusnadi and Gunawan), campaign observations, social media content analysis, KPU data, and Rogers & Dearing's agenda setting theory, processed through Miles & Huberman's data reduction, presentation, verification, and source-method triangulation. The results show that Golkar obtained 4,292,082 votes (16.33%) in the West Java DPR RI and 3,590,621 votes (15.83%, 19 seats) in the DPRD, driven by a positive image through mass media that subdued negative issues and pro-people programs, although criticized as manipulative. The conclusion is that the integrated strategy is effective but needs authenticity on the ground for sustainability. The contribution includes an electoral benchmark based on data technology for other parties, political education for West Java society, and enrichment of political science in Indonesia.

Keyword: Strategy, Golkar Party, 2024 Election, West Java.

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis masalah rendahnya perolehan suara Partai Golkar di Pemilu sebelumnya di Jawa Barat, di tengah transformasi pasca-reformasi yang menuntut strategi komunikasi politik inovatif untuk Pemilu 2024, khususnya menghadapi kompetisi ketat dari Gerindra dan PKS. Tujuan utama adalah mendalami strategi defensif (konsolidasi internal kader, loyalitas basis massa melalui koordinasi pusat-daerah) dan ofensif (ekspansi dukungan via media sosial Instagram, agenda setting pada isu pembangunan ekonomi, stabilitas politik, pemberdayaan UMKM, serta pengalaman kader), guna memahami faktor pencapaian posisi teratas. Metode kualitatif deskriptif diterapkan dengan wawancara mendalam pengurus DPD Golkar Jawa Barat (Informan H. Kusnadi dan Gunawan), observasi kampanye, analisis konten media sosial, data KPU, serta teori agenda setting Rogers & Dearing, diolah melalui reduksi, penyajian, dan verifikasi Miles & Huberman dengan triangulasi sumber-metode. Hasil menunjukkan Golkar meraih 4.292.082 suara (16,33%) di DPR RI Jawa Barat dan 3.590.621 suara (15,83%, 19 kursi) di DPRD, didorong citra positif melalui media massa yang meredam isu negatif serta program pro-rakyat, meski dikritik manipulatif. Strategi terintegrasi efektif, tapi perlu autentisitas lapangan untuk keberlanjutan. Kontribusi: tolak ukur elektoral berbasis data-teknologi bagi partai lain, pendidikan politik masyarakat Jawa Barat, dan pengayaan ilmu politik Indonesia.

Kata Kunci: Strategi, Partai Golkar, Pemilu 2024, Jawa Barat.

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara demokrasi secara rutin menyelenggarakan Pemilihan Umum (Pemilu) sebagai wujud nyata kedaulatan rakyat. Dalam sistem demokrasi perwakilan yang

diterapkan, partai politik berperan krusial sebagai jembatan antara masyarakat dan pemerintah melalui proses pemilu (Ramadhan, 2021). Partai Golkar, salah satu partai politik terbesar di Indonesia, telah mengalami transformasi signifikan sejak era orde baru hingga masa reformasi, dan terus berupaya mempertahankan posisinya dalam kancang politik nasional (H. P. Sari & Galih, 2020). Menjelang Pemilu 2024, Golkar berkomitmen untuk meraih kemenangan di tingkat legislatif maupun eksekutif dengan mengimplementasikan dua strategi utama : defensif dan ofensif. Strategi defensif fokus pada mempertahankan basis dukungan yang sudah ada dengan memperkuat konsolidasi internal partai. Partai Golkar memaksimalkan koordinasi dan komunikasi antar pengurus dari pusat hingga daerah, memastikan seluruh kader solid dan bersatu. Konsolidasi ini juga melibatkan simpatisan, sayap partai, dan relawan guna menjaga loyalitas dan mencegah pergeseran dukungan ke partai lain.

Melalui pendekatan ini, Golkar berupaya menjaga pijakan politik yang telah dibangun sekaligus meminimalkan risiko perpecahan internal yang dapat melemahkan kekuatan partai. Sementara itu, strategi ofensif diarahkan untuk memperluas basis dukungan dengan melakukan pemetaan dan survei pemilihan potensial berdasarkan hasil pemilu sebelumnya. Golkar menggerakkan kader hingga tingkat akar rumput untuk aktif berinteraksi dengan masyarakat, menyerap aspirasi dan menyosialisasikan program partai secara masif, termasuk melalui media sosial dan media elektronik sebagai bagian dari kampanye udara (Djuyandi & Akbar, 2023). Strategi ini bertujuan untuk menambahkan jumlah pendukung baru dan bisa menembus wilayah politik lain dengan mengombinasikan kedua strategi tersebut, Partai Golkar berharap dapat memenangkan Pemilu 2024 dan mengembalikan posisinya sebagai kekuatan politik utama di Indonesia.

Tabel 1.1 Rekapitulasi Hasil Penghitungan Perolehan Suara Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) RI Tingkat Provinsi Jawa Barat Pemilu Tahun 2024

NAMA PARTAI	PEROLEHAN SUARA	PERSENTASE
PARTAI GOLONGAN GOLKAR	4.292.082	16,33%
PARTAI GERAKAN INDONESIA RAYA	4.197.376	15,96%
PARTAI KEADILAN SEJAHTERA	3.505.195	13,33%
PARTAI DEMOKRASI INDONESIA PERJUANGAN	2.983.432	11,35%
PARTAI KEBANGKITAN BANGSA	2.876.990	10,94%
PARTAI AMANAT NASIONAL	1.885.165	7,17%
PARTAI DEMOKRAT	1.779.410	6,77%
PARTAI NASIONAL DEMOKRAT	1.689.044	6,42%
PARTAI PERSATUAN PEMBANGUNAN	1.197.820	4,56%
PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA	744.452	2,83%

(Sumber: KP RI).

Pada tabel 1.1 menunjukkan perolehan suara Partai Golkar pada pemilu 2024 khususnya wilayah Jawa Barat mendapatkan suara sebanyak 16,33 % atau 4.292.082 suara. Dimana sangat jelas sekali bahwa Partai Golkar adalah partai yang paling banyak mendapatkan suara pada pemilu 2024 di wilayah Jawa Barat.

Tabel 1.2 Rekapitulasi Hasil Penghitungan Perolehan Suara Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Provinsi Jawa Barat Pemilu Tahun 2024

NAMA PARTAI	PEROLEHAN SUARA	PEROLEHAN KURSI DPRD	PERSENTASE
GERINDRA	4.299.645	20	16,67%
PKS	3.801.816	19	15,83%
GOLKAR	3.590.621	19	15,83%
PDIP	2.970.222	17	14,17%
PKB	2.850.963	15	12,50%
DEMOKRAT	1.727.060	8	6,67%
PAN	1.632.627	7	5,83%
NASDEM	1.553.373	8	6,67%
PPP	1.163.771	6	5,00%
PSI	666.949	1	0,83%

(Sumber: KPU Jawa Barat).

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa Partai Golkar mendapat perolehan kursi DPRD Jawa Barat sebanyak 19 kursi. Menurut data KPU Provinsi Jawa Barat Pemilu 2024, Partai Golkar merupakan partai ketiga terbanyak yang mendapatkan perolehan suara. Partai Golkar mendapatkan 3.590.621 suara dari penduduk yang ada di Provinsi Jawa Barat. Berarti Partai Golkar menduduki DPRD Jawa Barat sebanyak 15,83%.

Menurut Wibisono et al (2023) menyatakan bahwa Strategi Pemilu 2024 yang dipakai oleh Partai Golkar ada dua pendekatan utama, yaitu strategi defensif dan strategi ofensif. Seharusnya Partai Golkar melakukan pendekatan kepada masyarakat menggunakan strategi berbasis data dan teknologi, serta pendekatan yang humanis. Menurut Nurfebriansyah & Djuyandi (2024) menyatakan bahwa ada 3 strategi komunikasi politik pada salah satu kader partai golkar: (1) merawat ketokohan dan memantapkan kelembagaan, (2) menciptakan kebersamaan dengan masyarakat, (3) membangun konsensus hingga kompromi politik. Seharusnya dengan strategi ini Partai Golkar mendapatkan perhatian dari masyarakat dan memperoleh suara yang cukup banyak dari pemilihnya. Menurut

Meifilina, (2021) menyatakan bahwa Partai Golkar dalam Pemilu 2024 menggunakan media sosial seperti Facebook dan Instagram sebagai strategi utama dalam komunikasi politik dan melakukan Pendidikan politik kepada masyarakat, khususnya generasi milenial. Seharusnya dengan metode tersebut Partai Golkar mendapatkan basis suara yang cukup banyak dari kalangan generasi milenial. Menurut Habibah et al., (2025) menyatakan bahwa pendidikan Politik Golkar mengalami transformasi positif dari 2019 sampai 2024 dengan pendekatan yang lebih modern dan partisipatif. Seharusnya dengan menggunakan pendekatan yang lebih modern ini dapat mampu memperkuat partisipasi politik yang berkualitas. Menurut Harahap, (2024) menyatakan bahwa untuk memenangkan pemilu 2024 tidak terlepas dari strategi komunikasi politik yang efektif seperti menekankan pentingnya kombinasi konsolidasi kader dengan pendekatan personal. Oleh karena itu, kajian ini memilih strategi komunikasi Politik Golkar ini mendapatkan dukungan baik dari generasi tua maupun generasi muda.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mencari bagaimana strategi Partai Golkar dalam memperoleh suara pada Pemilu Jawa Barat 2024. Bukan hanya sekedar strategi dasar, melainkan peneliti ingin benar-benar mendalami bagaimana cara Partai Golkar mendapatkan banyak perolehan suara sehingga menjadi partai yang menduduki parlemen terbesar pertama pada tingkat DPR RI Jawa Barat. Penelitian tersebut sangat penting, karena dengan adanya penelitian ini dapat menjadi tolak ukur bagi partai-partai politik lain dalam menyusun strategi yang relevan dan sesuai dengan dinamika politik Indonesia khususnya di wilayah Jawa Barat. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap masyarakat luas dalam pelaksanaan pendidikan politik. Kontribusi lainnya yaitu sebagai bahan pelajaran bagi partai politik lain. Bagaimana cara menaikkan kepercayaan publik dan mendapatkan perolehan suara yang cukup banyak pada pemilu-pemilu yang akan datang.

TINJAUAN PUSTAKA

Sejarah Partai Golkar

Pada awal berdirinya Golkar bukan mewujudkan sebuah partai, melainkan Golongan Karya. Ide awal Golkar yaitu sebagai sistem perwakilan (alternatif) dan dasar perwakilan lembaga-lembaga representatif. Pada tahun 1957 adalah masa awal berdirinya organisasi Golkar. Pada waktu itu sistem multipartai mulai berkembang di Indonesia. Golkar sebagai sebuah alternatif merupakan organisasi yang terdiri dari golongan-golongan fungsional (H. P. Sari & Galih, 2020). Partai Golkar berdiri di tahun 1964, Golkar pada awalnya memiliki fungsional, Golkar dahulu menjadi wadah bagi kelompok fungsionaris, pengusaha, dan petani yang mendukung pemerintahan Soekarno (Ayunda et al., 2024). Pada awal 20 Oktober 1964, didirikan Sekber Golkar oleh Soeharto dan Sudirman, sebagai respons

dari Peraturan Presiden No.193 tahun 1964 yang mengintruksikan seluruh organisasi dalam Nasional bergabung dengan parpol atau membentuk organisasi sendiri. Sekber Golkar pun berdiri sebagai wadah dari golongan karya yang tidak berada di bawah pengaruh politik tertentu (Golkar, 2022) .

Pada awal berdirinya Sekber Golkar di dukung oleh para perwira ABRI. Pada Pemilu 1971 penyederhanaan organisasi dikumpulkan dalam tujuh kino (Kelompok Induk Organisasi) yang enam dari tujuh ketua kino adalah militer. (D. Sari et al., 2021). Sejarah Partai Golkar bermula pada tahun 1964 dengan membentuk sebuah panitia yang terdiri dari anggota GMP (Gerakan Militer Pelajar), kelompok cendekiawan, dan militer, untuk mempersiapkan “Piagam Pernyataan Dasar Karyawan” (Huda, 2021). Partai Golkar berjuang demi terwujudnya Indonesia baru yang maju, modern, bersatu, damai, adil dan makmur dengan masyarakat yang beriman dan bertaqwa, berahlak baik, menjunjung tinggi hak asasi manusia, cinta tanah air, demokratis, dan adil dalam tatanan masyarakat madani yang mandiri, terbuka, egaliter, berkesadaran hukum dan lingkungan, menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi, memiliki etos kerja dan semangat kekaryaan, serta disiplin yang tinggi (Siregar, 2016).

Pemilu Orde Baru merupakan periode kejayaan Golkar dalam ranah politik Indonesia. Sejumlah kebijakan politik pemerintah memberikan keuntungan bagi kemenangan Golkar (Agustyna, 2016). Golongan Karya memiliki beberapa basis massa sosial politik untuk mendukung keberlangsungan pemenangan pemilunya. Pada sejarah berdirinya Partai Golkar, terdapat 3 organisasi yang mendirikan golongan karya yaitu organisasi KOSGORO yang memiliki bidang ekonomi, organisasi SOKSI yang memiliki bidang pekerja atau buruh, dan organisasi MKGR yang fokus bidangnya pada Pendidikan (Rahagi, 2019). Golkar harus hidup mandiri tanpa kekuatan birokrasi dan ABRI seperti masa-masa sebelumnya, Tetapi Golkar juga di tuntut untuk lebih bersikap demokratis, sesuai dengan tuntutan reformasi (Turmudi & Muchtar, 2021).

Strategi

Strategi merupakan proses seseorang dalam membuat rencana yang memfokuskan tujuan diri guna mencapai hasil yang telah diharapkan (Kusuma et al., 2023). Strategi pembelajaran adalah bagian yang saling berhubungan dengan yang lain dan tidak lepas dari suatu komponen utama yang dapat mendukung bagaimana metode dalam melakukan suatu aktivitas pembelajaran serta membagikan suatu pengalaman pembelajaran dengan menggunakan media yang canggih seperti teknologi pembelajaran (Hasriadi, 2022). Pembelajaran era digital saat ini menjadi keharusan untuk setiap Lembaga Pendidikan, metode-metode lama (konvensional) sedikit banyak sudah Lembaga Pendidikan, meskipun sebagai masih ada yang mempertahankan cara-cara lama dan tetap mengikuti cara baru sebagai penyesuaian diri Lembaga Pendidikan karena tuntutan zaman (Azis, 2019).

Dalam perolehan suara Partai Golkar di Pemilu Jawa Barat 2024 memiliki dua strategi yaitu:

Strategi Ofensif (menyerang)

Strategi Ofensif yaitu strategi perluasan pasar dalam penerapan peraturan baru, untuk menjalankan program yang telah dirancangnya dengan cara menetukan tujuan, faktor yang mempengaruhi, pengarahan apa yang dilakukan, dan tindakan apa yang dilakukan. Strategi ofensif selalu dibutuhkan apabila partai ingin meningkatkan jumlah pemilihnya atau apabila pihak eksekutif ingin mengimplementasikan sebuah proyek. Pada dasarnya, semua strategi ofensif yang diterapkan pada saat kampanye pemilu harus menampilkan perbedaan yang jelas dan menarik antara suatu kekuatan politik dengan partai partai pesaing yang ingin diambil alih pemilihnya (Djuyandi & Akbar, 2023)

Strategi Defensif (bertahan)

Strategi Defensif menyangkut strategi untuk mempertahankan basis konstituen (pemilih tradisionalnya) dan strategi untuk menutup penyerangan dari partai lain. Strategi defensif akan muncul ke permukaan, salah satunya apabila pemerintah atau sebuah koalisi pemerintahan yang terdiri atas beberapa partai ingin mempertahankan mayoritasnya apabila *potential constituent* (pemilih potensial) ingin dipertahankan. Selain itu, strategi defensif juga dapat muncul apabila sebuah arena kontestasi atau basis konstituen tidak akan dipertahankan lebih lanjut atau ingin ditutup, dan penutupan basis konstituen diharapkan membawa keuntungan sebanyak mungkin (Djuyandi & Akbar, 2023).

Pemilu 2024

Pemilu adalah proses demokrasi yang digunakan untuk memilih pejabat publik dari jalur politik di legislatif dan eksekutif secara langsung oleh rakyat. Pemilu berfungsi sebagai instrumen utama dalam demokrasi, untuk menentukan wakil rakyat dan kepala pemerintahan secara adil dan transparan. Sistem pemilu mengatur bagaimana suara rakyat dihitung dan dialokasikan kepada calon legislatif maupun eksekutif. Di Indonesia, pemilu memiliki karakteristik tersendiri dengan dinamika yang kompleks, termasuk sistem pemilu proporsional terbuka untuk legislatif, tantangan dalam daftar pemilih tetap, politik uang, serta keterkaitan erat dengan partai politik dan sistem politik nasional. Sistem pemilu di Indonesia terus mengalami perubahan hukum dan regulasi untuk menyesuaikan dengan dinamika politik dan sosial masyarakat. Secara umum, tujuan pemilu adalah mewujudkan perwakilan rakyat yang sah, memastikan dinamika demokrasi yang sehat, menjaga stabilitas politik,

serta menghasilkan pemerintahan yang dapat menjalankan tugasnya untuk kesejahteraan masyarakat. Pemilu juga merupakan arena kompetisi politik yang mengatur distribusi kekuasaan melalui mekanisme pemilihan yang dipercaya oleh masyarakat (Husein, 2014).

Pemilu merupakan sarana atau alat pengembalian hak ummat untuk memilih wakilnya yang nantinya akan berbicara, menyampaikan pendapat, menuntut, membela dan melindungi hak-haknya dari hal-hal yang merugikan mereka. Oleh karena itu partai politik maupun pemilu mempunyai kedudukan yang amat strategi bagi terwujudnya pemerintahan yang amanah sesuai dengan kehendak dan cita-cita umat (Zulhendra, 2022).

Sejarah pemilihan umum di Indonesia hingga akhir periode Soeharto, Pemilu 1955 dianggap merupakan pemilihan yang paling demokratis. Pemilu 1955 itu bahkan dianggap merupakan peristiwa kedua terbesar setelah Proklamasi Kemerdekaan Indonesia tahun 1945, sehingga dapat di perkirakan bahwa mayoritas rakyat Indonesia antusias sekali menghadapi peristiwa bersejarah itu. Apalagi berbagai tuntunan dan harapan dari rakyat agar pemilu dapat mengatasi segala persoalan yang dihadapi bangsa ketika itu, baik berupa kemelut politik yang berkepanjangan, kemerosotan ekonomi, maupun ancaman terhadap keamanan. Paling tidak rakyat berharap Pemilu itu dapat menciptakan suatu pemerintahan nasional dalam segala bidang. Sejarah formal, rencana pelaksanaan Pemilu baru mendekati kenyataan setelah Presiden Soekarno mengeluarkan keputusan politik mengenai terbentuknya Panitia Pemilihan Indonesia (PPI). Melalui keputusan Presiden Republik Indonesia pada tanggal 7 November 1953, PPI dilantik dan diangkat sumpahnya oleh kepada negara pada tanggal 28 November 1953. Dilanjutkan pada Kabinet Wilopo, yang berhasil merumuskan dan mensahkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1953 tentang pemilihan Anggota Konstituante dan Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, yang kemudian dikenal sebagai Undang-Undang Pemilu 1953 (Santoso & Budhiati, 2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dimana penelitian kualitatif dilakukan untuk mendeskripsikan, menggali, serta memahami secara mendalam strategi, pola komunikasi politik, dinamika internal dan eksternal Partai Golkar dalam upaya meningkatkan perolehan suara Pemilu Jawa Barat 2024 (Creswell & Creswell, 2017). Hal ini dipilih karena penelitian ini berfokus pada proses, makna, dan pemahaman mendalam terhadap fenomena yang terjadi di lapangan. Penelitian ini berupaya menggambarkan komprehensif bagaimana Partai Golkar merancang, mengimplementasikan, serta mengevaluasi strategi politiknya dalam menghadapi kompetisi elektoral. Melalui metode ini, peneliti dapat memperoleh data yang bersifat deskriptif

melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumen, sehingga mampu mengungkap realitas sosial dan politik yang terjadi di balik partai. Metode ini juga meneliti untuk menangkap konteks sosial dan budaya yang melatarbelakangi pengambilan keputusan politik di internal partai, serta interaksi antara aktor-aktor politik yang terlibat di dalamnya. Dengan demikian, pendekatan kualitatif dianggap paling sesuai untuk memahami strategi Partai Golkar dalam meningkatkan perolehan suara pada pemilu Jawa Barat 2024 secara mendalam dan holistik.

Dalam riset ini, pendekatan kualitatif diterapkan untuk menguraikan, menggali, serta memahami secara mendalam berbagai strategi, pola komunikasi politik, dan dinamika yang terjadi di dalam dan luar Partai Golkar dalam upayanya menaikkan suara pada Pemilu Jawa Barat 2024. Proses pengumpulan data melibatkan wawancara intensif dengan pengurus dan kader DPD Partai Golkar Jawa Barat, pengamatan terhadap aktivitas partai seperti sosialisasi dan kampanye, serta pengumpulan dokumen berupa data hasil pemilu, dan publikasi media yang terkait (Farhan, 2023). Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan kerangka kerja Miles dan Huberman, terdiri atas tiga langkah utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sekaligus verifikasi, yang dilakukan secara terus menerus dan interaktif sepanjang proses penelitian. Demi memastikan keandalan data, peneliti menerapkan teknik triangulasi mulai dari sumber, metode, hingga waktu, serta melakukan pengecekan ulang atas informasi bersama para informan. Dengan kombinasi metode, teknik analisis, dan validasi yang komprehensif ini, penelitian bertujuan memberikan gambaran yang menyeluruh dan mendalam mengenai strategi Partai Golkar dalam mengoptimalkan perolehan suara pada Pemilu Jawa Barat 2024.

Objek penelitian ini dibagi menjadi dua kategori utama. Pertama, penelitian berfokus pada analisis konten media sosial Partai Golkar Jawa Barat, khususnya akun resmi di Instagram, untuk menelaah bagaimana partai memanfaatkan media digital sebagai sarana komunikasi politik, pembentukan citra, dan penyebaran pesan kampanye kepada publik. Kedua, penelitian ini juga melibatkan wawancara dengan beberapa pengurus DPD Partai Golkar Jawa Barat guna memperoleh pemahaman mendalam mengenai strategi dan kebijakan partai di tingkat daerah dalam upaya meningkatkan perolehan suara pada Pemilu Jawa Barat 2024. Melalui kombinasi antara analisis media sosial dan wawancara langsung, peneliti berupaya menggambarkan sinergi antara strategi komunikasi digital dengan praktik politik di lapangan.

Penelitian ini dilakukan di daerah Jl. Maskumambang No.2, Turangga, Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat. Dengan batasan pengurus dan anggota DPD Partai Golkar Kota Bandung. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi komunikasi politik, pola

kepemimpinan, serta dinamika internal dan eksternal yang terjadi dalam tubuh partai di tingkat daerah Jawa Barat. Selain itu, Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis bagaimana peran dan upaya pengurus DPD Partai Golkar dalam meningkatkan elektabilitas partai menjelang Pemilu 2024 di Jawa Barat, baik melalui kegiatan sosial, pendekatan kepada masyarakat, maupun strategi media dan publik dalam melaksanakan perolehan suara pada Pemilu Jawa Barat 2024.

Pada penelitian ini, kami menggunakan teori agenda setting yang dikemukakan oleh Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw. Teori ini menawarkan penjelasan mengapa informasi tentang isu tertentu tersedia bagi publik, bagaimana opini publik dibentuk, dan mengapa beberapa isu direspon melalui kebijakan sementara yang lain tidak.

Agenda adalah sekumpulan isu yang dikomunikasikan dalam hierarki kepentingan pada suatu waktu. agenda politik sebagai sekumpulan kontroversi politik yang dipandang relevan dengan perhatian publik. Agenda berubah-ubah karena isu naik turun pentingnya seiring waktu (Elder, 2014). Elder mendefinisikan isu sebagai konflik antara dua atau lebih kelompok yang dapat dikenali terkait posisi atau sumber daya. Sifat konflikual membuat isu menarik untuk media. Banyak masalah sosial tidak pernah menjadi isu publik meskipun ada pihak pro-kontra.

Proses penetapan agenda terdiri dari agenda media, agenda publik, dan agenda kebijakan, serta hubungan timbal balik di antara ketiga elemen pada gambar 1.1. Terdapat tradisi penelitian untuk masing-masing dari ketiga jenis agenda ini. Tradisi penelitian pertama disebut penetapan agenda media karena variabel dependen utamanya adalah pentingnya suatu isu dalam agenda media massa. Tradisi penelitian kedua disebut penetapan agenda publik karena variabel dependen utamanya adalah pentingnya serangkaian isu dalam agenda publik. Tradisi penelitian ketiga disebut penetapan agenda kebijakan karena aspek khas dari tradisi ilmiah ini adalah perhatiannya terhadap tindakan kebijakan terkait suatu isu, sebagian sebagai respons terhadap agenda media dan agenda publik. Jadi, proses penetapan agenda merupakan kompetisi yang berkelanjutan di antara para pendukung serangkaian isu untuk mendapatkan perhatian para profesional media, publik, dan elit kebijakan. Namun, penetapan agenda awalnya tidak dikonseptualisasikan dengan cara ini (Rogers, 1996).

Korelasi teori agenda setting dengan penelitian kami :

Teori agenda setting menjelaskan bahwa media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan publik, tetapi memengaruhi apa yang dianggap penting oleh publik. Dengan kata lain, media membentuk prioritas isu di benak masyarakat melalui penonjolan isu tertentu (*issue salience*). Strategi komunikasi politik Partai Golkar dalam Pemilu Jawa Barat 2024 tidak bisa dipisahkan dari bagaimana

partai ini mengatur agenda isu yang ingin ditonjolkan kepada publik melalui media massa maupun media sosial. Adapun implementasi strategi Partai Golkar dalam agenda setting dapat dijelaskan pada tabel 1.3.

Tabel 1.3 Penjelasan Penelitian dengan Teori Agenda Setting

Agenda Media	Partai Golkar berupaya memengaruhi liputan media dengan mengangkat isu yang sesuai dengan citra partai. Contohnya seperti pembangunan ekonomi, stabilitas politik, atau pengalaman kader.
Agenda Publik	Isu yang ditonjolkan Partai Golkar melalui media diharapkan menjadi perhatian utama masyarakat, sehingga membentuk persepsi positif dan mendorong dukungan suara.
Agenda Politik	Penetapan isu strategis tertentu, merupakan bagian dari upaya Partai Golkar untuk menegaskan peran dan posisi politiknya di tengah kompetisi Pemilu 2024.

HASIL DAN DISKUSI

Wawancara dengan Informan 1

Partai Golkar secara intensif memanfaatkan media massa sebagai sarana utama untuk membentuk citra positif dengan menyampaikan isu strategis seperti pembangunan ekonomi, stabilitas politik, dan pengalaman kader. Isu pembangunan ekonomi yang disesuaikan dengan kondisi masyarakat, seperti pembinaan UMKM dan perbaikan rumah tidak layak huni, menjadi fokus yang membangun kepercayaan masyarakat di Jawa Barat. Pesan stabilitas politik yang dikomunikasikan secara konsisten melalui media juga memperkuat kepercayaan publik terhadap Golkar. Media sosial dan Media Penggalangan Opini (MPO) digunakan untuk meningkatkan visibilitas partai selama kampanye. Strategi agenda setting dipakai untuk mengarahkan perhatian publik pada isu unggulan partai sehingga mampu mempengaruhi persepsi dan diterjemahkan ke program politik partai di lapangan. Secara keseluruhan, strategi komunikasi yang terorganisir ini berkontribusi signifikan pada peningkatan suara Golkar di Jawa Barat pada Pemilu 2024.

Wawancara dengan Informan 2

Partai Golkar menggunakan berbagai media elektronik seperti televisi, media sosial, dan media luar ruang seperti baliho untuk membentuk citra positif dan meningkatkan popularitas. Fokus isu yang diangkat terkait pro-rakyat, peningkatan UMKM, pembangunan daerah, dan stabilitas politik mencerminkan kepentingan masyarakat yang disampaikan secara konsisten. Media

membantu Golkar untuk meredam isu negatif sekaligus memperkuat keberadaan kader yang dekat dengan rakyat. Konten yang mudah diakses oleh pemilih muda dibuat secara kreatif, termasuk video dan poster digital. Strategi agenda setting digunakan dengan mengulang isu-isu unggulan yang relevan pada berbagai platform media serta kegiatan publik sehingga publik menganggap isu tersebut penting. Media sangat berpengaruh dalam menetapkan dan menyebarkan isu strategis partai, yang turut meningkatkan perolehan suara Golkar pada Pemilu Jawa Barat 2024.

PEMBAHASAN

1. Strategi Partai Golkar dalam meningkatkan perolehan suara dalam pemilu jawa barat 2024 dari segi agenda media

Media sosial berfungsi tidak hanya sebagai media penyebar informasi, tetapi juga sebagai media untuk membangun opini public (Mirza, 2022), menggerakkan partisipasi politik, dan menyelenggarakan komunikasi dua arah dengan audiens melalui interaksi, survei daring, dan kampanye berbasis komunitas (Heryanto, 2018). Hasil wawancara dari Partai Golkar mendukung bahwa memanfaatkan media sosial seperti Instagram, facebook, dan twitter untuk meraih suara pemilih media. Sejalan dengan penelitian menurut De Vreese et al., (2018), menyatakan bahwa media tidak hanya bertindak sebagai alat penyampaian informasi, tetapi juga sebagai opini publik.

Argumentasi : Media sosial berperan sebagai arena strategis bagi partai politik untuk membentuk opini publik, meningkatkan partisipasi politik, dan membangun komunikasi dua arah dengan pemilih. Temuan wawancara dengan Partai Golkar menunjukkan bahwa pemanfaatan platform seperti Instagram, Facebook, dan Twitter tidak hanya dimaksudkan untuk menyebarkan informasi, tetapi juga untuk mempengaruhi persepsi politik dan memperluas jangkauan elektoral.

Partai Golkar diketahui sangat aktif memanfaatkan media massa sebagai alat agenda media untuk membentuk citra positif partai. Dengan strategi penyebaran informasi melalui berbagai platform media, Partai Golkar berupaya menampilkan diri sebagai partai yang stabil, berpengalaman, dan pro-rakyat (PAJRI, 2022). Isu yang diangkat cenderung mencerminkan kepentingan politik Partai Golkar, seperti pembangunan ekonomi, stabilitas politik, dan pengalaman kader. Fokus pada isu-isu ini bertujuan memperkuat citra partai sebagai pemimpin pembangunan dan penyambung aspirasi masyarakat (Wawancara Partai Golkar, 2025). Semua program Golkar pro-rakyat, lalu untuk menampung aspirasi masyarakat kita jumpai dan kita sampaikan ke parlemen. media yang digunakan benar-benar mampu menembus persepsi masyarakat secara luas atau sekadar menguatkan citra di kalangan tertentu saja, karena dalam politik, keberhasilan membentuk citra tidak hanya bergantung pada intensitas pemberitaan, tetapi juga pada kualitas pesan yang disampaikan (Aragon, 2017).

Argumentasi : Aktivitas Partai Golkar dalam memanfaatkan media massa menunjukkan upaya sistematis untuk membangun citra politik yang stabil, berpengalaman, dan berpihak pada masyarakat. Pengangkatan isu-isu seperti pembangunan ekonomi, stabilitas politik, dan rekam jejak kader berfungsi sebagai strategi agenda setting yang diarahkan untuk memperkuat legitimasi partai di mata publik. Meskipun media mampu memperluas jangkauan pesan politik, efektivitasnya tetap ditentukan oleh kualitas dan relevansi pesan yang disampaikan. Dengan demikian, keberhasilan Golkar dalam membentuk citra positif tidak hanya bergantung pada intensitas eksposur media, tetapi juga pada sejauh mana pesan pro-rakyat tersebut diterima sebagai representasi autentik dari aspirasi dan kebutuhan masyarakat.

Salah satu strategi penting yang didukung oleh media masa dan sosial untuk membangun kepercayaan kepada Golkar. Media sosial memungkinkan penonjolan capaian dan profil kader secara lebih personal dan mendalam (Sutisna & SH, 2024). Partai Golkar memberi peran berupa pemberitaan terhadap kader yang berpengalaman sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat, kader Golkar juga selalu dekat dengan masyarakat (Wawancara Partai Golkar, 2025). Pengaruh media sosial juga besar dalam menetapkan isu politik strategis, terutama di Jawa Barat, namun harus dihadapi dengan manajemen komunikasi yang tepat agar narasi partai tetap dominan menurut Irawan et al., (2025).

Argumen : Pemanfaatan media massa dan media sosial menjadi instrumen strategis bagi Partai Golkar dalam membangun kepercayaan publik, terutama melalui penonjolan capaian serta profil kader yang berpengalaman dan dekat dengan masyarakat. Strategi ini memperkuat personalisasi politik sekaligus memperluas jangkauan narasi partai. Namun, dominasi isu politik di ruang digital menuntut manajemen komunikasi yang efektif agar pesan strategis Golkar tetap konsisten dan kompetitif, khususnya dalam konteks dinamika politik di Jawa Barat. Dengan demikian, keberhasilan penguatan citra partai bergantung pada kemampuan mengelola komunikasi publik secara terstruktur dan adaptif terhadap perkembangan media.

2. Strategi Partai Golkar dalam meningkatkan perolehan suara dalam pemilu jawa barat 2024 dari segi agenda publik

Menurut Labolo & Ilham (2015) Partai politik adalah yang mampu membentuk komunikasi dua arah dengan masyarakat dan menjadikan pemilu bukan hanya sebagai ajang kontestasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi yang melibatkan konstituen secara aktif, hal ini tampak dari upaya Partai Golkar dalam mendorong partisipasi publik melalui berbagai forum warga, kegiatan sosial, keagamaan, hingga pelatihan ekonomi yang bersifat inklusif. Bahwa sangat setuju dengan mendorong

partisipasi publik melalui berbagai hal, supaya dapat perhatian masyarakat setelah sering ditampilkan melalui media dan kegiatan publik. Publik merasa sangat penting karena relevan dengan kebutuhan sehari-hari dan Partai Golkar menyampaikan pesan tersebut secara konsisten. Pesan mengenai stabilitas politik juga dinilai meningkatkan kepercayaan publik, khususnya karena Golkar menggunakan media untuk meredam informasi negatif dan memperkuat citra sebagai partai yang solid (Wawancara Partai Golkar, 2025). Sejalan dengan penelitian (Isabella & Martini, 2024) yang menekankan bahwa komunikasi politik yang membumi dan partisipatif mampu membentuk persepsi positif dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap pemimpin daerah.

Argumentasi : Partai Golkar menunjukkan bahwa komunikasi politik yang bersifat dua arah dan berbasis partisipasi publik mampu memperkuat kedekatan dengan konstituen. Keterlibatan dalam forum warga, kegiatan sosial-keagamaan, dan pelatihan ekonomi menjadikan pesan politik partai lebih relevan dengan kebutuhan masyarakat, sekaligus meningkatkan visibilitas dan kepercayaan publik. Konsistensi narasi mengenai stabilitas politik serta pemanfaatan media untuk mengelola informasi negatif turut memperkuat citra partai sebagai aktor politik yang solid. Temuan ini sejalan dengan kajian sebelumnya yang menegaskan bahwa komunikasi politik yang membumi dan partisipatif efektif dalam membentuk persepsi positif serta meningkatkan legitimasi politik di tingkat publik.

Pesan tentang stabilitas politik yang disampaikan partai golkar melalui media berhasil meningkatkan kepercayaan publik karena selalu konsisten dan relevan dalam komunikasi politik yang efektif dengan memanfaatkan media sosial dan media digital menurut Muhaikal et al.,(2025). Pesan mengenai stabilitas politik juga dinilai meningkatkan kepercayaan publik, khususnya karena Partai Golkar menggunakan media untuk meredam informasi negatif dan memperkuat citra sebagai partai yang solid (Wawancara Partai Golkar, 2025). Di sisi lain ada kritik yang menyatakan bahwa pesan tersebut lebih bersifat manipulatif dan berfungsi sebagai alat untuk meredam informasi negatif saja, bukan sebagai cerminan nyata dari stabilitas politik menurut Sarihati et al.,(2022).

Argumentasi : Pesan stabilitas politik yang disampaikan Partai Golkar dinilai efektif meningkatkan kepercayaan publik karena konsisten, relevan, dan didukung pemanfaatan media digital untuk memperkuat citra partai. Namun, efektivitas tersebut masih diperdebatkan, sebab sebagian pihak menilai pesan tersebut lebih bersifat strategis dan manipulatif, terutama dalam meredam informasi negatif, sehingga belum sepenuhnya mencerminkan stabilitas politik yang nyata.

Dalam konteks media sosial, pesan tentang pembangunan ekonomi dan stabilitas politik yang diangkat Partai Golkar bisa lebih cepat tersebar dan mengundang diskusi publik yang lebih luas.

Media sosial dapat memperkuat persepsi positif jika pesan tersebut didukung oleh data dan fakta yang meyakinkan menurut E. N. Sari et al.,(2025). Isu pembangunan ekonomi yang disesuaikan dengan kondisi masyarakat, seperti pembinaan UMKM dan perbaikan rumah tidak layak huni, menjadi fokus yang membangun kepercayaan masyarakat di Jawa Barat (Wawancara Partai Golkar, 2025). Isu pembangunan ekonomi ini benar-benar merefleksikan perubahan ekonomi yang nyata di lapangan, atau lebih sebagai alat strategi politik untuk menarik simpati pemilih. Beberapa kritik menyatakan bahwa meskipun program-program tersebut mendapat sorotan media positif, implementasi dan dampak jangka panjangnya harus terus dipantau agar tidak hanya menjadi janji kampanye semata (Ismail, 2018).

Argumentasi : Penyebarluasan isu pembangunan ekonomi oleh Partai Golkar melalui media sosial menunjukkan bagaimana ruang digital dapat memperkuat citra politik ketika pesan yang disampaikan disertai data dan capaian empiris. Fokus pada program-program seperti pembinaan UMKM dan perbaikan rumah tidak layak huni berpotensi meningkatkan kepercayaan masyarakat, khususnya di Jawa Barat. Namun, efektivitas isu tersebut tetap memerlukan verifikasi berbasis implementasi nyata di lapangan. Dengan demikian, narasi pembangunan ekonomi yang dikedepankan partai politik tidak semestinya dipahami semata sebagai strategi elektoral, melainkan harus diuji melalui konsistensi pelaksanaan dan dampak jangka panjangnya terhadap kesejahteraan publik.

3. Strategi Partai Golkar dalam meningkatkan perolehan suara dalam pemilu jawa barat 2024 dari segi agenda politik

Strategi komunikasi politik melalui media terbukti cukup berkontribusi terhadap peningkatan perolehan suara Partai Golkar dalam Pemilu Jawa Barat 2024, karena media digunakan secara efektif untuk menyebarkan pesan yang konsisten dan relevan kepada pemilih (Nadjamuddin, 2025). Hasil wawancara dari Partai Golkar strateginya dengan program politik pada penguatan UMKM, pembangunan daerah, dan penyebaran aspirasi masyarakat melalui parlemen. Meskipun strategi komunikasi politik melalui media dinilai berkontribusi pada peningkatan suara Partai Golkar dalam Pemilu Jawa Barat 2024, klaim ini perlu dipertimbangkan lebih kritis. Media memang menjadi alat penting dalam penyebarluasan pesan, namun keberhasilan meraih suara tidak semata-mata tergantung pada efektivitas komunikasi digital menurut Imamia et al., (2025).

Argumentasi : Strategi komunikasi politik Partai Golkar melalui media turut mendukung meningkatnya perolehan suara pada Pemilu Jawa Barat 2024 karena pesan mengenai penguatan UMKM, pembangunan daerah, dan penyaluran aspirasi masyarakat dapat disampaikan dengan konsisten serta mudah dipahami oleh pemilih. Meskipun demikian, efektivitas penggunaan media

tidak dapat dianggap sebagai faktor tunggal yang menentukan keberhasilan politik. Kenaikan suara juga dipengaruhi oleh kondisi sosial politik, mutu program yang dijalankan, serta kedekatan kader dengan masyarakat. Dengan demikian, keberhasilan komunikasi politik Golkar perlu dianalisis secara lebih menyeluruh dan tidak hanya dikaitkan dengan pemanfaatan media digital.

Pemberitaan mengenai kader-kader yang memiliki pengalaman luas memegang peranan krusial dalam memperkuat kepercayaan publik terhadap Partai Golkar. Dengan menampilkan tokoh-tokoh yang sudah dikenal lama serta memiliki rekam prestasi yang jelas, partai ini mampu menunjukkan tingkat kredibilitas dan kestabilan dalam kepemimpinan kepada masyarakat. Kader berpengalaman sering dianggap mampu mengatasi berbagai tantangan politik dan melaksanakan program partai dengan baik, sehingga memberikan rasa percaya dan keamanan bagi pemilih (Turmudi & Muchtar, 2021). Kegiatan kader dan publikasi kampanye dilakukan untuk semakin memperkuat penerimaan masyarakat terhadap isu-isu prioritas tersebut. Dengan demikian, isu yang masuk ke media dan menjadi perhatian publik akhirnya diintegrasikan ke dalam agenda politik partai pada level kebijakan dan program kerja. Dalam terkait tata kelola komunikasi dan tanggapan partai terhadap kritik di media social (Wawancara Partai Golkar, 2025). Kasus pelaporan akun-akun media sosial yang mengunggah meme atau kritik terhadap Ketua Umum Golkar, Bahlil Lahadalia, oleh sayap partai seperti AMPG dan AMPI menunjukkan adanya pendekatan defensif yang dianggap sebagian publik sebagai pembungkaman kritik (Mulyadi & Hendaryan, 2025).

Argumentasi : Penonjolan kader yang memiliki pengalaman panjang memegang peranan penting dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Partai Golkar karena menampilkan figur yang dinilai memiliki kompetensi dan stabilitas kepemimpinan. Publikasi mengenai aktivitas kader dan kampanye turut memperkuat penerimaan publik terhadap isu politik yang dianggap penting dan kemudian diakomodasi dalam program serta kebijakan partai. Namun dalam praktik pengelolaan komunikasi, respons partai terhadap kritik di media sosial menunjukkan kecenderungan bersifat defensif. Pelaporan terhadap akun yang mengunggah kritik terhadap Ketua Umum Golkar memunculkan kesan bahwa partai masih kurang menerima kritik secara terbuka. Oleh karena itu, meskipun strategi menampilkan kader berpengalaman mendukung penguatan citra partai, efektivitas komunikasi politik tetap memerlukan sikap yang lebih terbuka dan adaptif terhadap dinamika opini publik.

Golkar memanfaatkan pemberitaan yang intensif dan selektif di media untuk membentuk persepsi publik bahwa isu-isu yang diangkat partai adalah hal yang penting dan layak diperhatikan. Strategi ini juga melibatkan penggunaan kampanye terbuka, pemasaran politik, dan pengoptimalan

peran sayap partai untuk memperkuat eksposur isu unggulan seperti bantuan modal UMKM, beasiswa pendidikan, dan pelatihan keterampilan yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat (Marentin & Poernomo, 2025). Isu-isu yang telah ditonjolkan melalui media dan diterima masyarakat kemudian menjadi dasar bagi tindakan politik Golkar di lapangan, Golkar sengaja menonjolkan sejumlah isu unggulan, terutama stabilitas ekonomi, pemberdayaan UMKM, peningkatan kualitas SDM, serta kedekatan kader dengan masyarakat (Wawancara Partai Golkar, 2025). Penonjolan isu secara berulang menunjukkan bahwa Golkar secara aktif mengatur agenda media untuk memastikan bahwa isu tersebut mendapatkan ruang publik yang luas. Bahwa pendekatan ini dapat menimbulkan bias media dan manipulasi opini publik. Media yang dikendalikan atau sangat dipengaruhi oleh elit partai kadang-kadang hanya menampilkan isu-isu yang menguntungkan partai tersebut, sehingga mengabaikan isu-isu yang lebih penting bagi masyarakat luas (Bahagia, 2025).

Argumentasi : Strategi komunikasi politik Partai Golkar menunjukkan pemanfaatan intensitas dan seleksi isu dalam pemberitaan media untuk membentuk persepsi publik. Dengan menyoroti tema seperti stabilitas ekonomi, penguatan UMKM, peningkatan kualitas SDM, dan kedekatan kader dengan masyarakat, Golkar berupaya mengarahkan agenda publik melalui agenda setting dan political marketing, dibantu kampanye terbuka dan aktivitas sayap partai. Namun, pengaturan agenda media semacam ini berpotensi menimbulkan bias, mengurangi keragaman informasi, dan membuka peluang manipulasi opini. Karena itu, meskipun efektif meningkatkan visibilitas partai, strategi ini menimbulkan pertanyaan etis tentang independensi media dan kualitas demokrasi di Indonesia.

KESIMPULAN

Strategi komunikasi politik Partai Golkar dalam menghadapi Pemilu Jawa Barat 2024 menunjukkan bahwa partai ini secara efektif menggunakan media massa dan media sosial untuk membentuk citra positif serta menonjolkan isu-isu unggulan seperti pembangunan ekonomi, stabilitas politik, dan pemberdayaan UMKM. Melalui agenda setting, Golkar berhasil mengarahkan perhatian publik pada isu-isu tersebut secara konsisten, sehingga membentuk persepsi positif dan meningkatkan kepercayaan masyarakat. Selain itu, kombinasi strategi defensif dan ofensif yang melibatkan konsolidasi internal dan ekspansi basis dukungan terbukti mampu memperkuat posisi Golkar sebagai partai dengan perolehan suara signifikan. Namun, keberhasilan tersebut juga harus terus dipertimbangkan secara kritis, khususnya dalam konteks kualitas implementasi program di lapangan dan keberimbangan pemberitaan agar demokrasi tetap terbuka dan partisipatif. Secara keseluruhan, strategi komunikasi yang terstruktur dan terpadu ini menjadi faktor penting dalam meningkatkan elektabilitas Golkar pada Pemilu 2024 di Jawa Barat.

SITASI DAN DAFTAR PUSTAKA

- Agustyna, M. (2016). Strategi Kampanye Politik Golkar Pada Pemilihan Umum 1977-1987: Dalam Perspektif Pemberitaan di Surat Kabar Suara Karya dan Merdeka. *Avatarā*, 4(3).

Satryo Putra Pratama¹, Elsyam Alfarist², Yanuar Alfiansyah³, Strategi Partai Golkar Dalam Meningkatkan Perolehan Suara Pada Pemilu Jawa Barat 2024, JSIPOL, Vol.5 Issue.1 No.3, Januari 31, 2026

- Aragon, H. H. (2017). Efektivitas Terpaan Informasi Melalui Media Sosial dan Media Cetak Dalam Membangun Citra Kandidat Pilgub Banten dan Membentuk Sikap Politik Masyarakat.
- Ayunda, N. D., Mutiara, A., Dewi, S., Zusrieka, M., & Galuh, C. (2024). Analisis Strategi Dan Inovasi Politik Partai Golkar. 8(10), 6–12.
- Azis, T. N. (2019). Strategi pembelajaran era digital. *The Annual Conference on Islamic Education and Social Science*, 1(2), 308–318.
- Bahagia, M. (2025). Peran Media Massa Dalam Membentuk Opini Publik: Studi Kasus Pada Pengaruh Pemberitaan Politik Terhadap Preferensi Pemilih Dalam Pemilihan Umum. *Grondwet*, 4(1), 50–64.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- De Vreese, C. H., Esser, F., Aalberg, T., Reinemann, C., & Stanyer, J. (2018). Populism as an expression of political communication content and style: A new perspective. *The International Journal of Press/Politics*, 23(4), 423–438.
- Djuyandi, Y., & Akbar, A. H. B. M. (2023). Strategi Pemenangan Partai Golkar dalam Menghadapi Pemilu Tahun 2024. *Jurnal Analisis Sosial Politik*, 7(1), 1–10.
- Elder, C. &. (2014). *Participation in American Politics: The Dynamics of Agenda-Building*. By Roger Cobb and Charles Elder. (Boston: Allyn and Bacon, Inc., 1972. Pp. 182. \$3.50.). Cambridge University Press. <https://www.cambridge.org/core/journals/american-political-science-review/article/abs/participation-in-american-politics-the-dynamics-of-agenda-building-by-cobb-roger-and-elder-charles-boston-allyn-and-bacon-inc-1972-pp-182-350/0296A1EE9F199FEC8FBDD351A9591>
- Farhan, A. M. (2023). *Kaderisasi Partai Politik Berbasis Digital: Studi Kasus Golkar Institute Pada Partai Golongan Karya*. Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas
- Golkar, S. (2022). *Sejarah Berdirinya Partai Golkar*. Kompas.Com.
- Habibah, S. Z. N., Aldjabri, R. H. T., Ayu, N. R., Susilo, G. P., & Hanifan, H. Z. (2025). Perbandingan Pendidikan Politik Partai Golkar dalam Meningkatkan Perolehan Suara pada Pemilu 2019 dan 2024. *PARAPOLITIKA: Journal of Politics and Democracy Studies*, 6(1), 42–60.
- Harahap, R. R. P. (2024). *KOMUNIKASI POLITIK PARTAI GOLONGAN KARYA (GOLKAR) DALAM KAMPANYE PADA PEMILIHAN UMUM ANGGOTA LEGISLATIF 2024 (Studi di Dewan Pimpinan Daerah Kabupaten Padang Lawas Utara, Sumatera Utara)*. Universitas Malikussaleh.
- Hasriadi, H. (2022). *Strategi Pembelajaran*. Mata Kata Inspirasi.
- Heryanto, G. G. (2018). *Media komunikasi politik*. IRCiSoD.
- Huda, S. S. N. (2021). *Perkembangan partai Golkar di Kota Bandung tahun 1964-2019*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Satryo Putra Pratama¹, Elsyam Alfaristi², Yanuar Alfiansyah³, Strategi Partai Golkar Dalam Meningkatkan Perolehan Suara Pada Pemilu Jawa Barat 2024, JSIPOL, Vol.5 Issue.1 No.3, Januari 31, 2026

Husein, H. (2014). *Pemilu Indonesia*. Jakarta: Perludem.

Imamia, A., Zehro, A. I., Sjarif, E. I., Rizkiyah, T., Jennah, R., & Rusdani, Z. (2025). *Strategi Dan Kebijakan Publik Dalam Dinamika Politik Indonesia*. Penerbit: Kramantara JS.

Irawan, E. P., Retnowati, Y., Adnyana, P. E. S., Anwar, R., & Candra, F. (2025). *Komunikasi Politik: Teori, Strategi, dan Implementasi*. PT. Star Digital Publishing, Yogyakarta-Indonesia.

Isabella, K. A., & Martini, A. (2024). *Pengaruh Komunikasi Politik Kepala Daerah Terhadap Kepercayaan Publik di Kabupaten Sintang*. IPDN.

Ismail, H. (2018). *Ekonomi Politik Pembangunan: Kajian Isu Ekonomi Politik Pembangunan di Indonesia*. Uwais Inspirasi Indonesia.

Kusuma, J. W., Arifin, S. P., Abimanto, D., Hum, A., Hamidah, M. P., Haryanti, Y. D., Khoiri, A., Evi Susanti, S. E., Khoir, Q., & Ni'ma, M. A. (2023). *Strategi pembelajaran*. Cendikia Mulia Mandiri.

Labolo & ilham. (2015). *Nan sistem phmilihan umum di*.

Marentin, C., & Poernomo, M. I. (2025). Distribusi Pesan Politik Calon Anggota Legislatif DPRD Partai Golkar Jakarta Barat Pada Pemilu 2024. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 8(1), 39–49.

Meifilina, A. (2021). Media Sosial sebagai Strategi Komunikasi Politik Partai Golkar dalam Melakukan Pendidikan Politik. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(2), 101–110. <https://doi.org/10.33366/jkn.v3i2.80>

Mirza, I. M., & Kusumasari, B. (2022). Reality Construction of Disaster Discourses on Twitter: Analysis of Corpus-Assisted Discourse Study on Forest Fires in Indonesia From 2014–2019. *Annals of burns and fire disasters*, 35(4), 334.

Muhaikal, A., Nurfurkon, S., & MH, A. (2025). *KOMUNIKASI POLITIK PARTAI GOLKAR DALAM MEMPERTAHANKAN ELEKTABILITAS POLITIK DI KABUPATEN TAPIN PROVINSI KALIMANTAN SELATAN*. Institut Pemerintahan Dalam Negeri.

Mulyadi, H., & Hendaryan, H. (2025). Ujaran Kebencian dalam Kolom Komentar Instagram Bahlil Lahadalia (Alternatif Model Bahan Ajar Teks Debat). *Diksstrasia: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 9(2), 341–355.

Nadjamuddin, R. S. (2025). *Analisis Konten Media Sosial pada Akun Calon Presiden Pemilu 2024 dalam Meningkatkan Personal Branding*. Universitas Islam Indonesia.

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. <https://doi.org/10.36982/jpg.v9i3.3907>

PAJRI, R. (2022). *Strategi komunikasi politik DPD Partai Golkar dalam membangun brand image Golkar Bangkit di Kabupaten Kampar*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU.

Rahagi, E. (2019). *Marketing Politik Calon Legislatif Milenial Partai Golkar Pada Pemilu Legislatif 2019 Studi Kasus: Pemenangan Abraham Sridjaja Sebagai Caleg Dpr Ri Dapil 1 Jawa*

Satryo Putra Pratama¹, Elsyam Alfarist², Yanuar Alfiansyah³, Strategi Partai Golkar Dalam Meningkatkan Perolehan Suara Pada Pemilu Jawa Barat 2024, JSIPOL, Vol.5 Issue.1 No.3, Januari 31, 2026

Timur (SURABAYA-SIDOARJO). UNIVERSITAS AIRLANGGA.

Ramadhan, I. (2021). *Indonesia adalah Negara Demokrasi*.

Rogers, D. & (1996). *Agenda - Setting*. Sage Publication.
https://books.google.co.id/books?id=ctlAwAAQBAJ&pg=PA1&hl=id&source=gbs_toc_r&cad=2#v=onepage&q&f=false

Santoso, T., & Budhiati, I. (2021). *Pemilu di Indonesia: kelembagaan, pelaksanaan, dan pengawasan*. Sinar Grafika.

Sari, D., Darmawan, W., & Manan, F. (2021). Rekrutmen Calon Legislatif Muda Partai Golongan Karya Untuk Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia Periode 2019-2024. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(3), 987–995.

Sari, E. N., Gunawan, R., Firdauzy, M., Mufidah, I., Andini, D. C., & Magfiroh, F. (2025). *Konsep Komunikasi Politik Dalam Proses Pembangunan*. Penerbit: Kramantara JS.

Sari, H. P., & Galih, B. (2020). *Ini Susunan Lengkap Kepengurusan DPP Partai Golkar 2019-2024*. Nasional Kompas.

Sarihati, T., Si, M., Luthfie, H. M., Kurniadi, B., & Si, M. (2022). *Komunikasi Politik, Media Massa dan Opini Publik*. PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.

Siregar, A. M. (2016). *Strategi Partai Golkar dalam Pemenangan Pasangan Zulmi Eldin dan Akhyar Nasution pada Pilkada Kota Medan Tahun 2015*.

Sutisna, I. N., & SH, M. B. A. (2024). *Digital Marketing For Politics: Pemasaran Politik Era Digital*. Penerbit Adab.

Turmudi, H., & Muchtar, K. (2021). *Komunikasi Politik Elite Golkar Dalam Rekonsiliasi Dualisme Kepemimpinan Partai*. Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung

Wibisono, D. D., Puspa, R., & Widodo, S. (2023). Strategi Komunikasi Politik Partai Golkar dalam Mempertahankan Suara Partai Sebagai Partai Tengah. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 832–842.
<https://doi.org/10.56832/edu.v3i1.284>

Zulhendra, J. (2022). Pemilu (Pemilihan Umum) dalam kajian politik Islam. *Normative Jurnal Ilmiah Hukum*, 10(1 April), 17–33.