

**Pembelajaran Komunikasi Politik Menyambut Pemilihan Umum Serentak di Indonesia**

Oleh:

Ida Ayu Made Yuni Andari¹, Ida Bagus Alit Arta Wiguna²Universitas Pendidikan Ganesha¹, Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram².Email: ayu.yuni.andari@student.undiksha.ac.id¹, gusarta@iahn-gdepudja.ac.id²**Abstract**

Political communications include forms of communication that occur in the political environment, including communications in elections, political campaigns, policy making, political decision making, and interactions between government and society. This research aims to analyse how democratic communication ahead of the general election, to study the communication of political elites and parties, the communication of parties participating in the 2024 general election with the community, the involvement of religious leaders in political communication, internal party and inter-party communication. In this research, the author uses a qualitative research method with a content analysis approach. Data processing in this research is done by critical analysis, comparison, and interpretation of various search results from primary and secondary sources. The results of this research are 1) A deep understanding of the target audience that is relevant and attractive to voters 2). Utilisation of social media and digital technology 3). Transparency and trust are key in building a good relationship between political parties, candidates, and voters 4). Accurate and objective voter education about the electoral process 5). Collaboration with voters 6). Responsiveness to emerging issues is important in maintaining relevance and speed in delivering political messages. 7). Evaluation of the communication strategy used.

Keywords: Learning, Communication, Political Communication, Election**Abstrak**

Komunikasi politik mencakup bentuk komunikasi yang terjadi dalam lingkungan politik, termasuk di antaranya komunikasi dalam pemilihan umum, kampanye politik, pembuatan kebijakan, pengambilan keputusan politik, serta interaksi antara pemerintah dan masyarakat. Dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tentang bagaimana komunikasi demokrasi menjelang pemilihan umum, untuk mempelajari komunikasi elit dan partai politik, komunikasi partai peserta pemilihan umum tahun 2024 dengan masyarakat, pelibatan tokoh agama dalam komunikasi politik, komunikasi internal partai dan antar partai. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan content analysis. Pengolahan data dalam penelitian ini dengan analisis kritis, komparasi, serta interpretasi atas berbagai hasil penelusuran dari sumber-sumber primer dan sekunder. Hasil dari penelitian ini adalah 1) Pemahaman yang mendalam tentang target audiens yang relevan dan menarik bagi pemilih 2). Pemanfaatan media sosial dan teknologi digital 3). Transparansi dan kepercayaan menjadi kunci dalam membangun hubungan yang baik antara partai politik,



kandidat, dan pemilih 4). Edukasi pemilih yang akurat dan obyektif tentang proses pemilihan 5). Kolaborasi dengan pemilih 6). Responsif terhadap isu-isu yang berkembang menjadi penting dalam menjaga relevansi dan kecepatan dalam menyampaikan pesan politik. 7). Evaluasi terhadap strategi komunikasi yang digunakan.

Kata Kunci: Pembelajaran, Komunikasi, Komunikasi Politik, Pemilu

I. Pendahuluan

Pembelajaran komunikasi politik adalah studi tentang bagaimana pesan politik dibuat, diproses, dan dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, dan psikologis (Muslimin, 2019). Komunikasi politik juga melibatkan pemahaman tentang bagaimana pesan politik diterima oleh masyarakat dan bagaimana masyarakat meresponnya. Dalam konteks ini, komunikasi politik dapat merujuk pada cara para pemimpin politik mempengaruhi opini dan perilaku publik, serta bagaimana media massa dan teknologi informasi memengaruhi cara orang berpikir dan bertindak dalam urusan politik (Rachmiatie et al., 2013). Komunikasi politik juga sangat terkait dengan konsep kekuasaan dan pengaruh politik, serta cara-cara dalam mempengaruhi dan memobilisasi masyarakat untuk mencapai tujuan-tujuan politik tertentu (Nasution, 2007). Oleh karena itu, pembelajaran komunikasi politik penting untuk memahami bagaimana kebijakan publik dibuat dan dilaksanakan, serta bagaimana demokrasi dan partisipasi publik dapat dipromosikan dan diperkuat. Komunikasi politik adalah proses pertukaran informasi dan pesan antara para pemimpin politik, partai politik, pemerintah, media massa, dan masyarakat terkait isu-isu politik dan kebijakan public (Heryanto, 2018). Komunikasi politik mencakup semua bentuk komunikasi yang terjadi dalam lingkungan politik, termasuk di antaranya komunikasi dalam pemilihan umum, kampanye politik, pembuatan kebijakan, pengambilan keputusan politik, serta interaksi antara pemerintah dan masyarakat (Pureklolon, 2016).

Komunikasi politik juga melibatkan berbagai strategi dan teknik yang digunakan oleh para pemimpin politik untuk mempengaruhi opini dan perilaku masyarakat. Ini termasuk penggunaan media massa, teknologi informasi, propaganda, kampanye publik, dan strategi komunikasi lainnya. Tujuan dari komunikasi politik adalah untuk mempengaruhi opini dan tindakan publik terkait dengan masalah-masalah politik dan



kebijakan public (Muchtar, 2016). Dalam demokrasi, komunikasi politik juga merupakan cara untuk memperkuat partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan politik dan untuk memastikan bahwa warga negara memiliki akses yang cukup terhadap informasi politik yang relevan (Rahmat, 2016).

Secara Aksiologi komunikasi politik adalah pendekatan yang menekankan pentingnya nilai-nilai moral dalam pembuatan dan penggunaan pesan politik. Dalam konteks ini, komunikasi politik dipandang sebagai proses yang tidak hanya memiliki tujuan untuk mempengaruhi opini dan perilaku publik, tetapi juga harus mempertimbangkan nilai-nilai etika dan moral dalam membangun hubungan yang baik antara pemimpin politik dan masyarakat (Astuti, 2016). Dalam aksiologi komunikasi politik, komunikator politik diharapkan untuk mempertimbangkan nilai-nilai moral dan etika dalam penggunaan teknik dan strategi komunikasi politik (Yusuf, 2023). Ini mencakup penggunaan bahasa yang jelas dan jujur, menghormati hak-hak individu dan kelompok, menghindari manipulasi dan propaganda, serta mempromosikan persamaan hak dan kesempatan dalam pengambilan keputusan politik. Dalam aksiologi komunikasi politik, nilai-nilai seperti keadilan, kebenaran, keterbukaan, dan demokrasi dipandang sebagai nilai-nilai inti yang harus ditekankan dalam proses komunikasi politik. Oleh karena itu, komunikasi politik dianggap bukan hanya sebagai alat untuk mencapai tujuan politik, tetapi juga sebagai sarana untuk mempromosikan nilai-nilai moral yang penting bagi pembangunan sosial dan politik yang berkelanjutan.

Secara epistemologi, komunikasi politik melibatkan pendekatan yang menekankan pentingnya pemahaman dan analisis yang mendalam terhadap pesan politik dan proses komunikasi dalam lingkungan politik. Dalam konteks ini, komunikasi politik dianggap sebagai area studi yang melibatkan pemahaman yang cermat tentang bagaimana pesan politik dibuat, diproses, dan dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, dan psikologis (Nurussa'adah & Sumartias, 2017). Epistemologi komunikasi politik juga mencakup pendekatan kritis terhadap berbagai aspek komunikasi politik, termasuk isu-isu seperti kekuasaan, konflik, representasi politik, serta media dan teknologi informasi. Pemahaman yang cermat dan kritis tentang proses komunikasi politik dapat membantu kita memahami lebih baik bagaimana kebijakan publik dibuat dan dilaksanakan, serta



bagaimana masyarakat dapat terlibat secara efektif dalam proses pengambilan keputusan politik (McNair, 2019). Dalam epistemologi komunikasi politik, penelitian dilakukan dengan menggunakan metode-metode ilmiah untuk mempelajari fenomena politik dan komunikasi politik secara sistematis dan objektif. Hal ini mencakup pengumpulan dan analisis data tentang pesan politik dan media politik, serta interaksi dan respons masyarakat terhadap pesan politik. Dengan demikian, pendekatan epistemologi dalam komunikasi politik sangat penting dalam menghasilkan pemahaman yang lebih baik tentang kompleksitas pesan politik dan proses komunikasi politik, sehingga dapat membantu kita mengembangkan strategi dan teknik yang lebih efektif dalam mempengaruhi opini dan perilaku publik dalam konteks politik.

Secara ontologi, komunikasi politik memandang realitas politik sebagai suatu konstruksi sosial yang terbentuk melalui proses komunikasi antara individu, kelompok, dan institusi politik (Muhammad & Pratiwi, 2015). Dalam konteks ini, komunikasi politik dianggap sebagai proses pembentukan makna politik yang bersifat dinamis dan terus berkembang melalui interaksi antara berbagai aktor politik dan masyarakat. Ontologi komunikasi politik juga mencakup pemahaman tentang bagaimana pesan politik, nilai-nilai, dan persepsi tentang realitas politik diproduksi, disebarkan, dan diterima oleh masyarakat (Mulyana, 2002). Hal ini mencakup pengakuan bahwa pesan politik dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kepentingan, ideologi, kekuasaan, dan konteks sosial, budaya, dan sejarah. Dalam ontologi komunikasi politik, masyarakat dipandang sebagai aktor penting dalam produksi dan penyebaran pesan politik. Oleh karena itu, pemahaman yang cermat tentang karakteristik dan preferensi masyarakat dalam konteks politik sangat penting untuk memahami bagaimana pesan politik dapat lebih efektif disampaikan dan diterima oleh masyarakat. Dalam ontologi komunikasi politik, penekanan juga diberikan pada pentingnya analisis kritis terhadap proses komunikasi politik dan pesan politik yang dihasilkan (Hamad, 2004). Dalam hal ini, komunikasi politik dianggap sebagai arena yang kompleks dan terus berubah, yang memerlukan pemahaman yang cermat tentang berbagai faktor yang mempengaruhi produksi, distribusi, dan penerimaan pesan politik. Dengan demikian, pendekatan ontologi dalam komunikasi politik dapat membantu kita memahami kompleksitas pesan politik dan



proses komunikasi politik, sehingga dapat membantu kita mengembangkan strategi dan teknik yang lebih efektif dalam mempengaruhi opini dan perilaku publik dalam konteks politik.

Sebagai sebuah negara demokrasi, Indonesia selalu menyelenggarakan pemilihan umum secara rutin sebagai bagian dari proses demokratisasi yang terus berlangsung. Pemilihan umum adalah momen penting bagi masyarakat Indonesia untuk memilih pemimpin dan perwakilan mereka, serta memberikan suara mereka tentang arah masa depan negara (Wardhani, 2018). Dalam menghadapi pesta demokrasi, masyarakat Indonesia harus menyadari bahwa setiap suara sangat berarti dan dapat memberikan dampak besar bagi negara. Oleh karena itu, sebagai warga negara yang bertanggung jawab, kita harus menjaga dan melindungi hak kita untuk memilih serta memilih dengan bijak. Dalam penelitian ini memiliki tujuan penelitian untuk menganalisis tentang bagaimana komunikasi demokrasi menjelang pemilihan umum, untuk mempelajari komunikasi elit dan partai politik, komunikasi partai peserta pemilihan umum tahun 2024 dengan masyarakat, pelibatan tokoh agama dalam komunikasi politik, komunikasi internal partai dan antar partai.

II. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, Adapun pendekatan penelitian yang digunakan bersifat *library research* (penelitian kajian kepustakaan) atau disebut *content analysis* (analisis isi). Adapun teknis pengumpulan data yang dilakukan yaitu mencatat data-data yang diambil dari berbagai sumber dari bahan-bahan tertulis kemudian mengidentifikasi bukti-bukti kontekstual yaitu dengan mencari hubungan antara data dengan realitas yang penulis teliti. Pengolahan data dalam penelitian ini bersifat kualitatif maka dilakukan dengan analisis kritis, komparasi, serta interpretasi atas berbagai hasil penelusuran dari sumber-sumber primer dan sekunder.



III. Pembahasan

1. Komunikasi Demokrasi Menjelang Pemilihan Umum

Komunikasi demokrasi memiliki peran yang sangat penting dalam memastikan pemilihan umum yang adil, jujur, dan terbuka. Pemilihan umum yang baik dan berkualitas hanya dapat dicapai melalui komunikasi yang efektif dan transparan antara para pemimpin politik, pemilih, dan masyarakat (Taufiqurrahman & Amal, 2022). hal ini dapat dicapai melalui komunikasi yang efektif seperti 1). Memberikan akses informasi yang terbuka dan transparan. Para pemimpin politik harus memberikan informasi yang jelas dan transparan tentang platform mereka dan tujuan politik mereka. Hal ini akan membantu pemilih untuk membuat keputusan yang lebih baik dan memilih calon yang sesuai dengan nilai-nilai dan aspirasi mereka. 2). Melibatkan masyarakat dalam diskusi dan debat terbuka. Para pemimpin politik dan partai harus memfasilitasi diskusi terbuka dan debat untuk membahas isu-isu politik yang penting bagi masyarakat. Hal ini akan memberikan kesempatan kepada pemilih untuk mengevaluasi calon dan memperoleh informasi yang lebih komprehensif tentang visi dan rencana calon tersebut. 3). Menghindari politik negatif dan kampanye hitam. Para pemimpin politik harus menghindari kampanye hitam dan politik negatif. Sebaliknya, mereka harus berfokus pada visi positif mereka dan memberikan penjelasan yang jelas tentang rencana mereka. 4). Mendorong partisipasi pemilih. Para pemimpin politik dan partai harus mendorong partisipasi aktif pemilih dan memberikan akses yang lebih mudah untuk pemilih yang ingin memberikan suara mereka. 5). Menghormati hak demokrasi. Para pemimpin politik dan partai harus menghormati hak demokrasi dan mematuhi aturan yang berlaku dalam pemilihan umum. Dalam menghadapi pemilihan umum, komunikasi demokrasi adalah kunci untuk memastikan keberhasilan dan keadilan dalam proses pemilihan umum. Hal ini memerlukan komitmen yang kuat dari para pemimpin politik dan partai untuk memastikan bahwa masyarakat diberikan akses informasi yang transparan, debat terbuka, dan partisipasi yang aktif dalam proses pemilihan umum.



2. Komunikasi Partai dan Elit Partai Menjelang Persiapan Pemilu

Komunikasi partai dan elit partai sangat penting dalam mempengaruhi keputusan politik, strategi, dan arah kebijakan partai (Prasetya, 2011). Hal ini juga dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap partai dan kepercayaan mereka pada partai tersebut. komunikasi partai dan elit partai yang dinanti oleh masyarakat komunikasi partai dan elit partai harus transparan dan keterbukaan untuk membangun kepercayaan masyarakat. Partai harus memberikan informasi yang jelas dan terbuka tentang platform dan tujuan mereka, serta memberikan akses yang mudah untuk anggota partai dan masyarakat untuk berkomunikasi dengan elit partai (Haboddin, 2016). Komunikasi partai harus konsisten dan keseragaman, terutama dalam pesan dan isu-isu politik yang disampaikan kepada masyarakat. Elit partai harus memastikan bahwa pesan dan strategi yang disampaikan konsisten dengan platform dan tujuan partai.

Komunikasi partai dan elit partai harus merupakan proses dua arah, di mana anggota partai dan masyarakat dapat memberikan umpan balik dan berpartisipasi dalam diskusi dan debat. Hal ini akan membantu partai untuk memperkuat hubungan dengan anggota partai dan masyarakat, serta memperoleh masukan yang berharga dari berbagai pihak. Penggunaan media sosial dan teknologi. Media sosial dan teknologi digital memberikan peluang baru untuk memperluas jangkauan dan dampak komunikasi partai dan elit partai. Partai dan elit partai harus memanfaatkan media sosial dan teknologi digital untuk berkomunikasi dengan anggota partai dan masyarakat secara efektif (Barokah & Hertanto, 2022). Komunikasi partai dan elit partai memerlukan kepemimpinan yang efektif, di mana elit partai mampu menginspirasi dan memotivasi anggota partai dan masyarakat (Budiatri et al., 2018). Hal ini juga memerlukan kemampuan untuk mengelola konflik dan memastikan bahwa pesan partai disampaikan dengan jelas dan efektif. Dalam rangka memperkuat komunikasi partai dan elit partai, penting bagi partai untuk memperkuat hubungan dengan anggota partai dan masyarakat serta mengembangkan strategi komunikasi yang efektif dan inovatif. Hal ini akan membantu partai untuk memperkuat kepercayaan masyarakat dan memperoleh dukungan yang lebih luas untuk platform dan tujuan partai.



3. Komunikasi Partai Politik dengan Masyarakat

Komunikasi antara partai politik dengan masyarakat sangat penting dalam menjalin hubungan yang baik dan memperoleh dukungan untuk platform dan tujuan partai. Komunikasi yang efektif dan terbuka dapat memperkuat hubungan antara partai politik dengan masyarakat dan membantu partai untuk memperoleh kepercayaan dan dukungan yang lebih luas (Nurhidayat & Garis, 2023). Untuk itu partai politik dapat membangun komunikasi dengan cara berikut. 1). Mendengarkan dan memahami kebutuhan masyarakat. Partai politik harus mendengarkan dan memahami kebutuhan, harapan, dan aspirasi masyarakat dalam merumuskan platform dan tujuan partai. Komunikasi dengan masyarakat harus menjadi proses dua arah, di mana partai politik juga harus memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk memberikan umpan balik, masukan, dan pendapat mereka. 2). Komunikasi yang jelas dan terbuka. Komunikasi partai politik dengan masyarakat harus jelas dan terbuka. Partai harus menyampaikan pesan dan informasi tentang platform, visi, dan tujuan partai dengan cara yang mudah dipahami oleh masyarakat. Hal ini dapat dilakukan melalui pertemuan langsung, publikasi media, atau kampanye politik. 3). Konsistensi dan keseragaman. Komunikasi partai politik dengan masyarakat harus konsisten dan keseragaman dalam pesan dan isu-isu politik yang disampaikan. Partai harus memastikan bahwa pesan dan strategi yang disampaikan konsisten dengan platform dan tujuan partai. 4). Penggunaan media sosial dan teknologi. Media sosial dan teknologi digital memberikan peluang baru untuk memperluas jangkauan dan dampak komunikasi partai politik dengan masyarakat. Partai politik harus memanfaatkan media sosial dan teknologi digital untuk berkomunikasi dengan masyarakat secara efektif. 5). Kepemimpinan yang efektif. Komunikasi partai politik dengan masyarakat memerlukan kepemimpinan yang efektif, di mana elit partai mampu menginspirasi dan memotivasi masyarakat untuk mendukung platform dan tujuan partai. Hal ini juga memerlukan kemampuan untuk mengelola konflik dan memastikan bahwa pesan partai disampaikan dengan jelas dan efektif. Dalam rangka memperkuat hubungan antara partai politik dengan masyarakat, penting bagi partai untuk terus berkomunikasi dengan masyarakat secara terbuka dan efektif. Hal ini akan membantu partai politik untuk



memperoleh dukungan yang lebih luas dan membangun hubungan yang baik dengan masyarakat.

4. Pelibatan Tokoh Agama Atau Pemuka Agama Dalam Komunikasi Politik

Tokoh agama atau pemuka agama dapat berperan dalam komunikasi politik terutama di negara dengan mayoritas penduduk yang beragama. Hal ini terkait dengan kepercayaan masyarakat terhadap tokoh agama atau pemuka agama sebagai orang yang dianggap memiliki otoritas moral dan spiritual (Hafidh, 2022; Pora et al., 2021; Toboko, 2015).

- 1). Mendorong partisipasi politik: Tokoh agama atau pemuka agama dapat mendorong masyarakat untuk berpartisipasi dalam proses politik, seperti memilih pada pemilihan umum atau berpartisipasi dalam diskusi dan debat politik.
- 2). Memberikan dukungan politik: Tokoh agama atau pemuka agama dapat memberikan dukungan terhadap partai politik atau kandidat tertentu yang dianggap memiliki visi dan program yang sejalan dengan nilai-nilai agama yang dianut.
- 3). Mendorong dialog antar kelompok: Tokoh agama atau pemuka agama dapat berperan dalam mendorong dialog antar kelompok, terutama di situasi konflik politik yang berpotensi menimbulkan konflik antar kelompok masyarakat.
- 4). Menyampaikan pesan moral dan spiritual: Tokoh agama atau pemuka agama dapat menyampaikan pesan moral dan spiritual dalam konteks politik, yang dapat membantu masyarakat memahami betapa pentingnya memilih pemimpin yang berintegritas dan memiliki prinsip-prinsip yang sejalan dengan nilai-nilai agama.

Pelibatan tokoh agama atau pemuka agama dalam komunikasi politik juga dapat menimbulkan beberapa masalah, seperti polarisasi antara kelompok agama dan adanya penyalahgunaan pengaruh oleh pihak politik. Oleh karena itu, perlu ada pengawasan dan regulasi yang memadai untuk memastikan bahwa pelibatan tokoh agama atau pemuka agama dalam komunikasi politik dilakukan dengan tepat dan tidak menimbulkan konflik dan ketidakadilan.

5. Komunikasi Antar Partai Politik dan Komunikasi Internal Partai Politik

Komunikasi ini merupakan dua hal yang sangat penting dalam konteks politik. Komunikasi antar partai politik dilakukan dalam rangka menjalin hubungan antara partai



politik yang berbeda, sedangkan komunikasi internal partai politik dilakukan dalam rangka memastikan bahwa anggota partai politik memahami visi, misi, dan program partai politik yang dianut (Tinov & Handoko, 2016).

Komunikasi antar partai politik dapat dilakukan dalam beberapa cara, antara lain:

- a. Dialog dan negosiasi: Partai politik dapat melakukan dialog dan negosiasi dengan partai politik lainnya untuk mencapai kesepakatan dan menjalin kerjasama dalam rangka mencapai tujuan bersama.
- b. Pertemuan dan diskusi: Partai politik dapat mengadakan pertemuan dan diskusi dengan partai politik lainnya untuk membahas isu-isu politik tertentu dan mencari solusi bersama.
- c. Mediasi: Partai politik dapat melakukan mediasi antara partai politik yang sedang mengalami konflik atau perbedaan pendapat.

Komunikasi internal partai politik sangat penting untuk memastikan bahwa semua anggota partai politik memahami visi, misi, dan program partai politik dan siap untuk bekerja bersama dalam mencapai tujuan partai politik (Darmawan et al., 2020; Sudrajat, 2016). Beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan komunikasi internal partai politik antara lain:

- a. Rapat dan diskusi internal: Partai politik dapat mengadakan rapat dan diskusi internal secara rutin untuk membahas isu-isu politik dan memastikan bahwa semua anggota partai politik memiliki pemahaman yang sama tentang visi, misi, dan program partai politik.
- b. Pelatihan dan pengembangan: Partai politik dapat memberikan pelatihan dan pengembangan kepada anggota partai politik untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka tentang isu-isu politik dan cara mengkomunikasikannya dengan baik.
- c. Komunikasi daring: Partai politik dapat menggunakan media sosial dan platform komunikasi daring untuk berkomunikasi dengan anggota partai politik dan memperkuat jaringan internal partai politik.



Dalam konteks politik, baik komunikasi antar partai politik maupun komunikasi internal partai politik sangat penting untuk mencapai tujuan politik bersama dan memperkuat demokrasi.

6. Pembelajaran Komunikasi Politik

Komunikasi politik yang efektif memerlukan pemahaman yang mendalam tentang target audiens (Milana & Muksin, 2021). Partai politik dan kandidat harus melakukan analisis yang teliti tentang preferensi, kebutuhan, dan masalah yang dihadapi oleh pemilih potensial (Poerwadi, 2011). Dengan pemahaman ini, mereka dapat menyusun pesan dan strategi komunikasi yang relevan dan menarik bagi pemilih. Perkembangan teknologi digital dan media sosial memberikan peluang besar bagi partai politik dan kandidat untuk berkomunikasi langsung dengan pemilih. Dalam menyambut pemilihan umum serentak tahun 2024, penting untuk memanfaatkan platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube untuk menyampaikan pesan politik, membangun jaringan dukungan, dan melibatkan pemilih secara interaktif. Transparansi adalah kunci dalam komunikasi politik yang berhasil. Partai politik dan kandidat harus membangun kepercayaan dengan pemilih melalui penyampaian informasi yang jujur, akurat, dan terbuka tentang program, visi, dan kebijakan mereka. Transparansi ini juga harus mencakup sumber pendanaan kampanye dan penggunaan dana secara terbuka dan akuntabel.

Informasi yang akurat dan obyektif tentang proses pemilihan, tata cara pemungutan suara, dan pentingnya partisipasi politik. Pendidikan pemilih yang efektif dapat membantu meningkatkan partisipasi pemilih dan memperkuat sistem demokrasi. Komunikasi politik yang sukses juga melibatkan kolaborasi antara partai politik, kandidat, dan pemilih. Kolaborasi ini dapat melibatkan diskusi publik, forum, atau pertemuan dengan pemilih untuk mendengarkan aspirasi mereka, serta menggandeng kelompok-kelompok masyarakat yang beragam untuk memastikan bahwa semua suara dihormati dan dipertimbangkan. Selama masa kampanye pemilihan umum, isu-isu politik dan sosial dapat berkembang dengan cepat. Partai politik dan kandidat harus siap dan responsif terhadap isu-isu yang muncul, serta mampu menyampaikan pesan mereka



dengan cepat dan efektif. Setelah pemilihan umum berakhir, penting untuk melakukan evaluasi menyeluruh terhadap strategi komunikasi yang digunakan. Meninjau keberhasilan dan kegagalan komunikasi politik dapat memberikan pembelajaran berharga untuk pemilihan umum di masa depan.

IV. Penutup

Pembelajaran komunikasi politik memainkan peran yang sangat penting dalam mempersiapkan pemilihan umum serentak di Indonesia tahun 2024. Dalam konteks pemilihan umum, komunikasi politik mencakup strategi dan teknik yang digunakan oleh partai politik, kandidat, dan pemilih untuk mempengaruhi opini publik, membangun citra, dan mencapai tujuan politik. Dalam menjalankan komunikasi politik, penting untuk menghormati prinsip-prinsip demokrasi dan menjaga integritas dalam pesan dan tindakan. Dalam pemilihan umum, tujuan utama komunikasi politik adalah mempengaruhi opini publik, membangun citra, dan mencapai tujuan politik dengan cara yang etis dan bertanggung jawab. Penting untuk diingat bahwa komunikasi politik harus dilakukan dengan etika dan menghormati prinsip-prinsip demokrasi. Partai politik dan kandidat harus menjaga integritas dalam pesan dan tindakan serta menghormati hak-hak pemilih untuk memilih secara bebas dan tanpa tekanan.

Daftar Pustaka

- Astuti, M. (2016). Konstruksi Sosial Media Terhadap Kekuatan Personal Branding Tri Risma Maharani dalam Proses Komunikasi Politik Kontemporer (Analisis Framing Pemberitaan Di Media Online Republika. co. id dan Tempo. com). *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 1(1).
- Barokah, F., & Hertanto, H. (2022). Disrupsi Politik: Peluang dan Tantangan Partai Politik Baru Jelang Pemilu 2024. *Nakhoda: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 21(1), 1–13.
- Budiatri, A. P., Haris, S., Romli, L., Nuryanti, S., Nurhasim, M., Amalia, L. S., ... & Hanafi, R. I. (2018). *Personalisasi partai politik di Indonesia era reformasi*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.



- Darmawan, A., Ruliana, P., & Irwansyah, I. (2020). Pengaruh Komunikasi Internal dan Gaya Kepemimpinan Transformasional Terhadap Kinerja. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 3(1), 23–33.
- Haboddin, M. (2016). *pemilu dan partai politik di Indonesia*. Universitas Brawijaya Press.
- Hafidh, M. R. N. (2022). Peran politik pemuka agama Islam dalam Pilkada Kabupaten Klaten tahun 2020. *E-CIVICS*, 11(1), 65–80.
- Hamad, I. (2004). Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa (studi pesan politik dalam media cetak pada masa pemilu 1999). *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 8(1), 21–32.
- Heryanto, G. G. (2018). *Media Komunikasi Politik*. IRCISOD.
- MeNair, B. (2019). *Pengantar komunikasi politik*. Nusamedia.
- Milana, R., & Muksin, N. N. (2021). ampanye Politik Calon Legislatif Perempuan (Studi Fenomenologi pada Pemilihan Umum 2019). *KAIS Kajian Ilmu Sosial*, 2(1), 158–168.
- Muchtar, K. (2016). Komunikasi politik dan pembentukan citra partai. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(2), 136–147.
- Mudana, I. G. A. M. G. (2020). Komunikasi Pembelajaran Bahasa Indonesia Berdasarkan Pendekatan Saintifik (Problem Based Learning) Berfalsafah Tri Hita Karana Di Kelas VII Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 Singaraja. *Sadharananikarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu*, 2(1), 251-261. Retrieved from <https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/SN/article/view/225>
- Muhammad, F., & Pratiwi, A. F. (2015). Komunikasi Politik Pemerintahan Jokowi-Jk Dalam Perspektif Media. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 16(2), 159–169.
- Mulyana, D. D. (2002). *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Lkis Pelangi Aksara.
- Muslimin, K. (2019). *Buku ajar komunikasi politik*. Unisnu Press.
- Nasution, Z. (2007). Bahasa sebagai alat komunikasi politik dalam rangka mempertahankan kekuasaan. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 1(3).
- Nurhidayat, I., & Garis, R. R. (2023). Trend Komunikasi Politik Di Media Sosial. *Jurnal*



Lanskap Politik, 1(2), 1–24.

Nurussa'adah, E., & Sumartias, S. (2017). Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dalam Keterbukaan Ideologi. *Jurnal Kajian Komunikasi, 5(1), 43–52.*

Poerwadi, H. (2011). Sistem Demokrasi: Marketing Politik dan Jaminan Kebenaran Informasi. *Jurnal Studi Pemerintahan, 2(1).*

Pora, S., Qodir, Z., & Purwaningsih, T. (2021). Menangkal Politik Identitas: Analisis Kemenangan HT-Zadi pada Pemilihan Bupati Kepulauan Sula Tahun 2015. *JIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan, 6(1), 18–34.*

Prasetya, I. Y. (2011). Pergeseran peran ideologi dalam partai politik. *Jurnal Ilmu Politik Dan Ilmu Pemerintahan, 1(1), 30–40.*

Pureklolon, T. P. (2016). *Komunikasi politik*. Gramedia Pustaka Utama.

Rachmiatie, A., Hasbiansyah, O., Khotimah, E., & Ahmadi, D. (2013). Strategi komunikasi politik dan budaya transparansi partai politik. *Mimbar: Jurnal Sosial Dan Pembangunan, 29(2), 123–132.*

Rahmat, S. T. (2016). Agama Dan Konflik Sosial. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan Missio, 8(1), 132–143.* <https://doi.org/10.36928/jpkm.v8i1.99>

Sudrajat, T. (2016). Penerapan Manajemen Strategik Untuk Partai Politik Pada Era Demokratisasi: Tantangan, Permasalahan Dan Prospek. *Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu Dan Praktek Administrasi, 13(2), 305–326.*

Taufiqurrahman, M., & Amal, B. K. (2022). Integritas Komisi Pemilihan Umum (KPU) Dalam Mewujudkan Pemilu Berkualitas Dan Bermartabat. *Jurnal Darma Agung, 30(2), 403–412.*

Tinov, M., & Handoko, T. (2016). Strategi Politik: Preferensi Partai Politik Menghadapi Pemilu di Aras Lokal. *Nakhoda: Jurnal Ilmu Pemerintahan, 15(25), 53–64.*

Toboko, M. (2015). Peran Pendeta dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat dalam Pemilu Legislatif di Kabupaten Halmahera Barat 2014. *Politico: Jurnal Ilmu Politik, 2(6), 10–50.*

Wardhani, P. S. N. (2018). Partisipasi politik pemilih pemula dalam pemilihan umum. *Jupii: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial, 10(1), 57–62.*

Yusuf, R. I. (2023). *Komunikasi Politik: Seni dan Teori*. Deepublish.