

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK DEWAN PIMPINAN WILAYAH (DPW) PARTAI ACEH PADA PEMILU LEGISLATIF ACEH UTARA TAHUN 2024

POLITICAL COMMUNICATION STRATEGY OF THE REGIONAL LEADERSHIP COUNCIL (DPW) OF THE ACEH PARTY IN THE 2024 LEGISLATIVE ELECTION IN NORTH ACEH

¹⁾Hidayatul Husna, ²⁾M. Akmal, ³⁾Kamaruddin, ⁴⁾Dwi Fitri, ⁵⁾Subhani

^{1,2,3,4,5)} Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh
Lhokseumawe

*Email: hidayatul.200240035@mhs.unimal.ac.id, Akmal@unimal.ac.id, Kamaruddin@unimal.ac.id,
dwifitri@unimal.ac.id, subhani@unimal.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Strategi Komunikasi Politik Dewan Pimpinan Wilayah (DPW) Partai Aceh pada Pemilu Legislatif Aceh Utara Tahun 2024. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi politik yang digunakan DPW Partai Aceh dalam menghadapi Pemilu Legislatif 2024 di Kabupaten Aceh Utara. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui tahap reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa DPW Partai Aceh menerapkan strategi komunikasi yang disesuaikan dengan segmentasi pemilih. Untuk kalangan pemuda, pendekatan dilakukan melalui kegiatan sosial, olahraga, budaya, dan keagamaan yang bersifat partisipatif guna membangun kedekatan emosional. Sementara itu, untuk kalangan orang tua, strategi difokuskan pada komunikasi intensif dengan tokoh masyarakat, ulama, serta lembaga keagamaan yang memiliki pengaruh sosial kuat. Selain itu, partai juga memanfaatkan berbagai saluran komunikasi, seperti struktur sosial tradisional, kerja sama dengan Komite Peralihan Aceh (KPA), serta penggunaan media massa. Strategi ini terbukti efektif, terlihat dari peningkatan suara yang signifikan, dari 91.554 suara (14 kursi) menjadi 121.742 suara (17 kursi) pada Pemilu 2024, sehingga memperkuat posisi partai dalam politik lokal.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Politik, DPW Partai Aceh Kabupaten Aceh Utara, Pemilu Legislatif 2024, Segmentasi Pemilih.

A.PENDAHULUAN

Strategi merupakan cara yang ditempuh untuk meraih tujuan atau sesuatu yang dilakukan sebagai upaya memenangkan kompetisi. Strategi komunikasi politik merupakan, seni atau cara menyampaikan informasi/pesan kepada khalayak sasaran secara langsung atau melalui media massa yang bertujuan mempengaruhi, merubah persepsi, ataupun mengubah sikap dan perilaku guna mencapai tujuan politis yang diinginkan. Komunikasi politik juga merupakan suatu proses pengoperasian lambang atau simbol komunikasi yang berisi pesan politik dari seseorang atau kelompok kepada orang lain dengan tujuan untuk membuka wawasan atau cara berpikir, serta memengaruhi sikap dan tingkah laku khalayak yang menjadi target politik (Pimay, 2023).

Komunikasi politik merupakan suatu alat untuk mencapai tujuan kekuasaan dalam pemerintah. Komunikasi politik umumnya berkembang dan digunakan dalam keorganisasian politik, seperti partai politik. Dalam nota kesepahaman MOU Helsinki, Aceh diberikan kebebasan untuk mengurus rumah tangganya sendiri baik dalam bidang ekonomi, hukum maupun dalam bidang politik. Nota kesepahaman MOU Helsinki yang disepakati kedua belah pihak menjadi resolusi yang memberikan sebuah harapan baru bagi terbukanya gerbang demokratisasi politik, khususnya di provinsi Aceh (Hermadi, 2015). Implementasi dari MOU Helsinki tersebut adalah lahirnya Undang Undang Nomor 11 Tahun 2006 tentang Pemerintahan Aceh, Peraturan Pemerintah Nomor 20 Tahun 2007 tentang partai politik lokal dan Qanun Aceh No. 3 Tahun 2008 tentang partai lokal peserta pemilu anggota DPRA dan DPRK. Sehingga Undang Undang tersebut menjadi landasan hukum bagi berdirinya partai politik yang berbasis lokal di Aceh.

Pasca penandatanganan MOU Helsinki dan dikuatkan oleh UUPA No.11 Tahun 2006, pembentukan partai politik lokal begitu sangat signifikan hal ini dapat dilihat pada awal terbentuknya partai lokal di Aceh hingga mencapai angka 15 sampai 20 partai, yang kemudian hanya 14 partai lokal yang dinyatakan lulus pada pengujian Departemen Hukum dan HAM RI. Selanjutnya setelah Komisi Independen Pemilihan (KIP) Aceh melaksanakan verifikasi faktual berdasarkan peraturan perundang undangan, Komisi Independen Pemilihan (KIP) Aceh menetapkan hanya 6 partai lokal yang memenuhi syarat untuk mengikuti pemilu 2024. Keenam partai tersebut adalah Partai Aceh (PA), Partai Adil Sejahtera Aceh (PAS Aceh), Partai Generasi Aceh Beusaboh Tha'at dan Taqwa (Gabthat), Partai Darul Aceh (PDA), Partai Nanggro Aceh (PNA) dan Partai Solidaritas Independen Rakyat Aceh (Sira).

Setelah disahkannya menjadi sebuah partai politik yang berbasis lokal, Partai Aceh memiliki kilas baru dalam perjuangannya dimana dahulu berjuang menggunakan senjata kini berbalik menjadi berjuang dalam bidang politik yang memperebutkan kekuasaan dengan cara meraih suara masyarakat Aceh sebanyak banyaknya dalam pemilu. Pada awal keikutsertaannya dalam pemilu khususnya pemilu legislatif tingkat provinsi (DPRA) pada tahun 2009, Partai Aceh mendapat kepercayaan yang sangat tinggi dari masyarakat, hal ini dibuktikan dengan persentase perolehan suara yang didapatkan Partai Aceh yaitu 46.91 persen suara yang diwujudkan dalam 33 kursi DPRD Provinsi dari 69 kursi tersedia (Adetya, 2018). pada pemilihan umum legislatif 2014 Partai Aceh kembali keluar sebagai pemenang pemilu dan masih mendominasi perolehan kursi DPRA dengan persentase suara 35,30% yang diwujudkan 29 kursi DPRA. Pada pemilihan umum legislatif 2019 Partai Aceh di tingkat DPRA dalam dua kali pemilu terus berlanjut, akan tetapi Partai Aceh mengalami penggerusan kursi dan suara yang signifikan sejak pertama kali mengikuti kontestasi pemilu legislatif DPRA tahun 2009 hanya 21,35% yang diwujudkan 18 kursi DPRA (Hendra Keumala, 2018). Kemudian pada pemilihan umum legislatif 2024 Partai Aceh kembali keluar sebagai pemenang pemilu dan masih mendominasi perolehan kursi DPRA dengan persentase suara 20,81% yang diwujudkan 21 kursi DPRA. Meskipun dominasi Partai Aceh di tingkat DPRA dalam dua kali pemilu terus berlanjut, akan tetapi Partai Aceh mengalami penggerusan kursi dan suara yang signifikan pada pemilu 2019. Pada tahun 2024 Partai Aceh kembali meraih 3 kursi tambahan.

Berdasarkan data hasil pemilu legislatif di tingkat DPRA pada tahun 2009, 2014, 2019, dan 2024, Partai Aceh menunjukkan dinamika perolehan suara dan kursi yang cukup signifikan. Pada tahun 2009, Partai Aceh berhasil memperoleh 33 dari 69 kursi dengan jumlah suara mencapai 1.007.173 atau sebesar 46,91%, menempatkannya pada urutan pertama. Pada Pemilu 2014, perolehan kursi menurun menjadi 29 dari 81 kursi dengan total suara 847.956

atau 35,30%, namun tetap berada di posisi pertama. Penurunan yang lebih tajam terjadi pada Pemilu 2019, di mana Partai Aceh hanya memperoleh 18 dari 81 kursi dengan 568.110 suara atau 21,35%, meskipun masih mempertahankan posisi pertama. Selanjutnya, pada Pemilu 2024, Partai Aceh mengalami peningkatan dengan meraih 21 dari 81 kursi dan total suara sebanyak 683.778 atau 20,81%, tetap berada di urutan pertama. Data ini menunjukkan bahwa meskipun terjadi fluktuasi, Partai Aceh tetap mampu mempertahankan dominasinya di tingkat DPRA.

Pada tingkat DPRK Aceh Utara, Partai Aceh juga memperlihatkan tren yang relatif serupa. Pada Pemilu 2009, partai ini memperoleh 29 dari 45 kursi dengan jumlah suara 173.575 dan menempati posisi pertama. Pada Pemilu 2014, perolehan kursi menurun menjadi 16 dari 45 kursi dengan 103.051 suara, namun tetap mempertahankan peringkat pertama. Penurunan kembali terjadi pada Pemilu 2019, dengan perolehan 14 dari 45 kursi dan 91.554 suara, tetapi masih berada di urutan pertama. Pada Pemilu 2024, Partai Aceh kembali mengalami peningkatan dengan meraih 17 dari 45 kursi dan memperoleh 121.742 suara, serta tetap menduduki posisi pertama. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun mengalami penurunan pada periode tertentu, Partai Aceh tetap menjadi kekuatan politik dominan di Kabupaten Aceh Utara.

Selanjutnya dalam konteks pemilihan umum legislatif DPRD tingkat kabupaten/kota, Kabupaten Aceh Utara menjadi salah satu pusat kemenangan dari Partai Aceh pada pemilu legislatif 2009 silam, hal ini dapat dilihat dari perolehan suara yang didapatkan Partai Aceh dari hasil pemilihan legislatif DPRK Aceh Utara tahun 2009 yaitu 173.575 suara dan mendapatkan dua puluh sembilan (29) kursi DPRK sekaligus menjadi ketua DPRK. Kemenangan tersebut merupakan sebuah kejutan, karena Kabupaten Aceh Utara merupakan daerah merah (rawan konflik), dimana Gerakan Aceh Merdeka (GAM) mudah untuk mengembangkan pengaruhnya karena disebabkan mudah diterima oleh masyarakat.

Kemudian pada pemilihan umum legislatif 2014, Partai Aceh kembali memenangkan pemilihan dengan perolehan suara 103.051 dan mempertahankan enam belas (16) kursi DPRK sekaligus kursi ketua. Kemenangan tersebut merupakan buah dari strategi yang dilakukan oleh Partai Aceh (PA) seperti strategi kampanye politik, strategi isu politik dan strategi komunikasi politik.

Akan tetapi setelah berjaya dalam dua kali pemilu, Partai Aceh mengalami kekalahan yang signifikan pada pemilu legislatif 2019 yang lalu, hal ini dapat dilihat dari perolehan suara yang didapatkan Partai Aceh (PA) yaitu 91.554 suara sehingga menyebabkan kursi DPRK Aceh Utara perwakilan Partai Aceh di Aceh Utara tahun 2019 hanya memperoleh 14 kursi. Rendahnya perolehan suara yang didapatkan tersebut tidak menyebabkan partai Aceh gagal dalam mempertahankan kursi ketua parlemen di DPRK Aceh Utara.

Selanjutnya pada pemilihan legislatif tahun 2024 Partai Aceh kembali memperoleh kemenangan bahkan berhasil meraih tiga kursi tambahan dari tahun 2019 hanya mendapatkan empat belas (14) kursi pada tahun 2024 berhasil meraih tujuh belas (17) kursi. Kemenangan tersebut juga turut menjadikan lembaga legislatif DPRK Aceh Utara menjadi satu satunya lembaga legislatif DPRK di provinsi Aceh yang tidak menggantikan posisi ketua legeslatif dari perwakilan dari Partai Aceh dari periode 2009-2029.

Dalam pertarungan pentas politik, kemenangan sangat membutuhkan strategi yang baik sehingga calon pemilih dapat mengarahkan pilihannya kepada calon yang bersangkutan. Strategi politik dirancang masing-masing partai agar calon yang diusung dapat terpilih sesuai dengan kehendak masyarakat. Pemilu legislatif yang berlangsung pada tahun 2024 di Kabupaten Aceh Utara merupakan kontes politik yang diikuti oleh 22 (dua

puluh dua) partai dari 24 (dua puluh empat) partai peserta pemilu, karena partai Buruh dan partai Hanura dicoret lantaran tidak mendaftarkan calon legislatif dan tidak menyampaikan laporan awal dana kampanye (LADK). Ketua DPW Partai Aceh Kabupaten Aceh Utara M Jhony, S.H menggunakan sejumlah strategi yang dianggap efektif, efisien, dan berbasis lokal di Aceh Utara.

Adapun strategi yang digunakan oleh Partai Aceh dalam Pemilu Legislatif tahun 2024 di Kabupaten Aceh Utara adalah (1) melakukan pendekatan dengan masyarakat seperti pertemuan untuk mendengarkan keluhan rakyat (2) menyusun visi misi sesuai dengan harapan rakyat (3) membuat kebijakan dan kegiatan yang islami sesuai dengan keinginan masyarakat seperti menegakkan syariat islam di Aceh Utara.

Berdasarkan hasil wawancara dengan M. Jhony selaku Ketua DPW Partai Aceh Kabupaten Aceh Utara, diketahui bahwa strategi yang dirancang dan dijalankan telah berjalan dengan baik dan efektif. Hal ini tercermin dari pendekatan yang dilakukan tim, yaitu dengan mengutamakan pertemuan langsung bersama masyarakat serta melakukan metode door to door guna membangun kedekatan secara personal. Selain itu, tim juga mengadakan musyawarah dengan masyarakat untuk mengetahui secara langsung kebutuhan, keluhan, dan harapan mereka. Melalui strategi ini, Partai Aceh berupaya menyusun dan menjalankan program yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, sehingga dapat memperkuat hubungan emosional dan kedekatan antara partai dengan rakyat. Dengan demikian, strategi komunikasi yang diterapkan tidak hanya bersifat politis, tetapi juga berorientasi pada pelayanan dan pemahaman terhadap aspirasi masyarakat secara berkelanjutan (Wawancara, 20 Juli 2024).

Strategi yang didasarkan dakwah secara berkesinambungan ini dianggap cukup efektif dalam membentuk citra positif partai di dalam pandangan masyarakat, yaitu citra Partai Aceh sebagai partai yang bersih, peduli, dan profesional, kepedulian terhadap masyarakat tidak hanya dilakukan saat menjelang pemilu legislatif saja tetapi setiap waktu dimana saat masyarakat memerlukan peran dari partai politik.

Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimanakah Strategi Komunikasi Politik DPW Partai Aceh Pada Pemilu Legislatif Aceh Utara Tahun 2024? Penelitian ini memfokuskan pada Strategi Komunikasi Politik DPW Partai Aceh Pada Pemilu Legislatif Aceh Utara Tahun 2024. Sesuai dengan rumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang bagaimana Strategi Komunikasi Politik DPW Partai Aceh Pada Pemilu Legislatif Aceh Utara Tahun 2024.

B. LANDASAN TEORI

Komunikasi Politik

Komunikasi merupakan suatu proses yang berlangsung terus menerus (mengalami perkembangan yang berarti) sejalan dengan tingkat perkembangan masyarakat (Bahri & Subhani, 2017). Komunikasi Politik merupakan sebuah aktivitas komunikasi, baik verbal maupun non verbal, yang memiliki muatan-muatan politik. Menurut Hasan (2023) komunikasi politik adalah proses penyampaian pesan politik yang dilakukan oleh aktor politik kepada publik dengan tujuan untuk mempengaruhi dan mendapatkan dukungan. Dengan pengertian ini, sebagai sebuah ilmu terapan, komunikasi politik bukanlah hal yang baru. Komunikasi politik juga bisa dipahami sebagai komunikasi antara "yang memerintah" dan "yang diperintah". Mengkomunikasikan politik tanpa aksi politik yang kongkret sebenarnya telah dilakukan oleh siapa saja: mahasiswa, dosen, tukang ojek, penjaga warung, dan seterusnya. Tak heran jika ada yang menjuluki Komunikasi Politik sebagai neologisme,

yakni ilmu yang sebenarnya tak lebih dari istilah belaka. Hal ini didasari kodrat manusia sebagai makhluk sosial yang memerlukan sesamanya.

Komunikasi adalah suatu proses di mana komunikator menyampaikan pesan dengan tujuan untuk mengubah atau membentuk perilaku khalayak. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi terjadi antara individu untuk mempengaruhi dan membentuk perilaku individu lain yang menjadi sasaran komunikasi. Barelson dan Steiner menyatakan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, ide, dan emosi melalui simbol-simbol, kata-kata, gambar, dan angka. Barnlund mendefinisikan komunikasi sebagai tindakan yang bertujuan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, serta mempertahankan dan memperkuat ego (Fitri, dkk, 2021). Interaksi atau komunikasi antar individu dengan individu, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok pasti akan selalu dilakukan setiap hari. Seperti rantai manusia satu dengan yang lainnya terhubung melalui rantai yang dinamakan komunikasi. Dari komunikasi orang tahu sesuatu informasi, makin banyak orang tahu sesuatu maka dia semakin dianggap memiliki informasi, dan kalau dia menguasai informasi maka dia menguasai dunia (Syarbaini, dkk, 2021).

Strategi Komunikasi Politik

Perkembangan teknologi yang semakin mendominasi kehidupan manusia. Salah satu inovasi utama di bidang ini adalah penggunaan internet, yang kini menjadi tren di semua kalangan. Melalui internet, setiap individu dapat berkomunikasi dengan siapa saja di berbagai belahan dunia, menciptakan konektivitas yang sebelumnya tidak terbayangkan. Dampak positif dari perkembangan ini sangat signifikan, terutama dalam konteks komunikasi politik. Teknologi ini memungkinkan aktor politik untuk lebih mudah mengakses informasi, berinteraksi dengan publik secara langsung, serta mempengaruhi opini masyarakat global, yang sangat penting dalam merancang strategi komunikasi politik yang efektif. (Jannah, dkk 2023)

Strategi Komunikasi Politik Strategi komunikasi dalam politik merupakan salah satu kunci keberhasilan sebuah Partai politik dalam memenangkan pemilu. Kampanye politik adalah bentuk aplikasi komunikasi politik yang dilakukan seseorang, sekelompok orang atau organisasi politik untuk membentuk dan membina citra dan opini publik yang positif, agar terpilih dalam suatu pemilihan pemilu, pilkada dan pilpres (Syarbaini, dkk, 2021).

Konsep Strategi

Istilah strategi dari bahasa Yunani “Strategos” atau dengan kata jamak strategi yang berarti jenderal atau perwira (state officer) dengan fungsi dan tugas yang luas. Strategi merupakan cara-cara yang diambil yang sifatnya mendasar dan fundamental yang akan dipergunakan oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuan dan berbagai sasarnya dengan selalu memperhitungkan kendala lingkungannya yang pasti akan dihadapi (Syarbaini, dkk, 2021). Sedikit demi sedikit pengertian strategi makin diperluas ke berbagai aspek masyarakat. Tentu saja pengertian ini juga diperluas ke bidang politik, karena pergerakan massa dalam jumlah besar atau anggota partai politik dan organisasi untuk mencapai suatu tujuan juga berlaku dalam bidang ini.

Lebih lanjut, strategi adalah rencana yang amat cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Sasaran khususnya dalam hal ini adalah ingin mengetahui strategi yang digunakan oleh tim pemenang legislatif dalam rangka perolehan suara terbanyak pada pemilu Kabupaten Aceh Utara tahun 2024.

Dalam menangani masalah komunikasi, para perencana dihadapkan pada sejumlah persoalan, terutama dalam kaitannya dengan strategi penggunaan sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai (Cangara, 2016). Rogers memberi

batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru.

Teori Komunikasi Politik Model lasswell

Teori komunikasi politik mengkaji bagaimana komunikasi digunakan dalam konteks politik. Ini mencakup cara politisi, media, dan masyarakat berinteraksi untuk membentuk opini publik dan mempengaruhi kebijakan. Teori komunikasi Lasswell dikenal sebagai salah satu teori komunikasi yang berfokus pada elemen-elemen inti dalam proses komunikasi, namun tidak mencakup berbagai "teori" dalam arti model yang berbeda-beda. Sebaliknya, ia menawarkan kerangka untuk menganalisis proses komunikasi. Model Lasswell terdiri dari satu model linear sederhana, bukan beberapa teori yang terpisah. Namun, teori ini membuka landasan bagi sejumlah konsep dan analisis yang sering digunakan dalam studi komunikasi Harold D. Lasswell, (dalam Djerubu, dkk, 2022), seperti ; (a) Analisis Komunikator (Who) merupakan kajian tentang pihak yang menyampaikan pesan kepada publik dengan tujuan memengaruhi opini, sikap, atau tindakan masyarakat. Dalam komunikasi politik, komunikator dapat berupa tokoh politik, partai politik, lembaga pemerintahan, juru bicara, maupun tim kampanye yang memiliki peran strategis dalam membangun persepsi publik. (b) Analisis Konten (Says What) berfokus pada pesan yang disampaikan, di mana isi pesan dianalisis untuk mengetahui pola, tema, serta makna yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada audiens. (c) Analisis Media atau Saluran (Which Channel) mengkaji media yang digunakan dalam menyampaikan pesan, seperti media cetak, televisi, radio, hingga media digital, yang masing-masing memiliki karakteristik tersendiri dalam memengaruhi cara pesan diterima. (d) Analisis Audiens (To Whom) menyoroti pihak penerima pesan, dengan mempertimbangkan karakteristik seperti demografi, psikografi, dan latar budaya yang dapat memengaruhi cara mereka memahami pesan. (e) Analisis Efek (With What Effect) berfokus pada dampak yang ditimbulkan dari komunikasi, baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap sikap, perilaku, maupun pemahaman audiens. Model ini dikenal sebagai model Lasswell, yang awalnya digunakan untuk menganalisis propaganda dalam komunikasi massa, sehingga memberikan kontribusi penting dalam memahami bagaimana media memengaruhi persepsi dan perilaku publik.

C.METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Dewan Pimpinan Wilayah (DPW) Partai Aceh Kabupaten Aceh Utara, Provinsi Aceh, dengan kemungkinan lokasi tambahan di tempat aktivitas subjek penelitian berlangsung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif yang bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam dalam kondisi alamiah. Pendekatan ini menekankan pada makna daripada generalisasi, dengan teknik pengumpulan data melalui triangulasi, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu, meliputi pengurus dan pihak yang memahami aktivitas Partai Aceh, seperti ketua DPW, staf administrasi, hingga tokoh masyarakat. Data yang digunakan terdiri dari data primer yang diperoleh langsung melalui observasi dan wawancara, serta data sekunder yang berasal dari dokumen, jurnal, buku, dan sumber relevan lainnya. Teknik pengumpulan data dilakukan secara sistematis melalui observasi untuk memperoleh fakta lapangan, wawancara semi terstruktur untuk menggali informasi mendalam, serta dokumentasi sebagai pelengkap data. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi sesuai dengan model Miles dan Huberman. Proses ini bertujuan untuk menghasilkan gambaran yang sistematis, faktual, dan

akurat mengenai strategi komunikasi politik DPW Partai Aceh dalam Pemilu Legislatif Aceh Utara tahun 2024.

D.HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Strategi Komunikasi Politik Dewan Pimpinan Wilayah (DPW) Partai Aceh Pada Pemilu Legislatif Aceh Utara Tahun 2024

Strategi komunikasi politik dalam menghadapi Pemilu legislatif merupakan perencanaan yang cermat yang disusun dan dilaksanakan oleh tim sukses yang memiliki tujuan mencapai kemenangan atas sasaran yang ditentukan dalam pemilu. Sasaran merupakan apa yang ingin dicapai oleh tim kampanye dalam hal ini adalah target dukungan pemilihan yang diwujudkan dalam pemberian suara kepada partai politik tersebut.

Dewan Pimpinan Wilayah (DPW) Partai Aceh menerapkan tiga strategi komunikasi politik, yaitu testimonial device, transfer device, dan bandwagon device. Strategi ini digunakan secara terpadu untuk memperkuat citra positif partai, membangun legitimasi, dan memengaruhi perilaku pemilih.

Strategi Komunikasi Politik Testimonial Device

Dalam konteks Pemilu Legislatif Aceh Utara tahun 2024, strategi testimonial device menjadi salah satu pendekatan komunikasi politik yang efektif digunakan oleh DPW Partai Aceh Kabupaten Aceh Utara. Strategi ini dilakukan dengan menghadirkan dukungan terbuka dari tokoh atau figur publik yang memiliki pengaruh besar di masyarakat, seperti tokoh agama, tokoh adat, maupun tokoh masyarakat yang dihormati. Dukungan tersebut diwujudkan dalam berbagai bentuk, mulai dari pernyataan langsung dalam pidato atau wawancara, keterlibatan dalam kegiatan kampanye, hingga penggunaan foto dan video dalam media kampanye seperti baliho, spanduk, dan media sosial. Kehadiran figur yang kredibel ini bertujuan untuk membangun kepercayaan dan simpati masyarakat terhadap pesan politik yang disampaikan oleh partai.

Berdasarkan hasil wawancara dengan M. Jhony selaku Ketua DPW Partai Aceh Kabupaten Aceh Utara, strategi ini dipilih karena masyarakat Aceh Utara memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap tokoh lokal. Ia menjelaskan bahwa pelibatan ulama karismatik, tokoh adat, dan mantan pejabat yang dihormati dapat meningkatkan efektivitas komunikasi politik, karena masyarakat cenderung lebih percaya pada figur yang telah dikenal dan memiliki rekam jejak baik dibandingkan hanya mendengar dari calon legislatif secara langsung (Wawancara, 20 Mei 2025). Pendekatan ini sejalan dengan konsep analisis efek (with what effect) dalam model komunikasi politik Lasswell, yang menekankan bahwa pengaruh komunikasi sangat ditentukan oleh kepercayaan audiens terhadap komunikator.

Hal serupa juga disampaikan oleh Zulkarnaini yang menegaskan bahwa pesan yang disampaikan oleh tokoh yang sudah dikenal dan terbukti berkontribusi bagi masyarakat akan lebih mudah diterima. Menurutnya, Partai Aceh secara konsisten menggandeng figur yang dekat dengan rakyat sehingga masyarakat lebih terbuka dalam menerima pesan politik yang disampaikan (Wawancara, 31 Juli 2025). Secara praktis, strategi ini tidak hanya memanfaatkan popularitas tokoh, tetapi juga meminjam kepercayaan yang telah terbangun antara tokoh tersebut dengan komunitasnya, sehingga mampu memperkuat citra positif partai sekaligus meningkatkan keyakinan pemilih.

Strategi Komunikasi Politik Transfer Device

Strategi transfer device dalam komunikasi politik diwujudkan oleh DPW Partai Aceh Kabupaten Aceh Utara dengan cara mengaitkan citra partai dan para kandidat dengan simbol, tokoh, maupun atribut yang telah memiliki nilai penghormatan tinggi di tengah

masyarakat Aceh. Simbol-simbol tersebut meliputi bendera daerah, lambang Partai Aceh, pakaian adat, tokoh karismatik, hingga peristiwa bersejarah yang memiliki makna mendalam bagi masyarakat. Tujuan utama dari strategi ini adalah memindahkan citra positif yang telah melekat pada simbol atau tokoh tersebut kepada partai dan kandidat, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan publik secara lebih cepat dan efektif.

Implementasi strategi ini terlihat dalam berbagai kegiatan kampanye, seperti penggunaan pakaian adat Aceh oleh kandidat, penyematan lambang partai yang berdampingan dengan bendera Aceh dan bendera merah putih, serta kehadiran tokoh-tokoh karismatik dalam setiap pertemuan politik. Selain itu, figur-figur senior Partai Aceh yang memiliki rekam jejak perjuangan, baik pada masa konflik maupun masa damai, turut dilibatkan untuk memberikan dukungan secara terbuka. Dukungan tersebut disampaikan melalui panggung kampanye maupun media sosial, sehingga memperluas jangkauan pengaruh dan memperkuat pesan politik yang disampaikan kepada masyarakat.

Penggunaan simbol dan figur ini terbukti efektif dalam membentuk persepsi positif publik. Masyarakat Aceh dikenal memiliki ikatan emosional yang kuat terhadap simbol budaya, sejarah perjuangan, dan tokoh-tokoh yang dihormati. Ketika partai atau kandidat diasosiasikan dengan elemen-elemen tersebut, citra positif secara otomatis “tertransfer” kepada mereka. Hal ini berdampak pada meningkatnya legitimasi politik serta daya tarik kandidat di mata pemilih, karena masyarakat merasa memiliki kedekatan emosional dan keterikatan nilai dengan pihak yang didukung.

Sebagaimana disampaikan oleh seorang Geusyk Partai/DPG Partai Aceh Gampong Darussalam Kecamatan Nisam Antara dalam wawancara pada 5 Agustus 2025, simbol memiliki peran yang sangat penting dalam strategi komunikasi politik. Ia menegaskan bahwa masyarakat Aceh memiliki rasa hormat tinggi terhadap tokoh perjuangan, bendera, dan pakaian adat, sehingga ketika kandidat tampil bersama simbol atau tokoh tersebut, masyarakat akan merasa lebih dekat dan menganggap kandidat sebagai bagian dari perjuangan mereka. Dari temuan ini dapat disimpulkan bahwa strategi transfer device tidak hanya berfungsi sebagai pencitraan, tetapi juga sebagai upaya membangun kedekatan emosional dan memperkuat legitimasi politik partai, khususnya dalam menghadapi Pemilu Legislatif Aceh Utara tahun 2024.

Strategi Komunikasi Politik Bandwagon Device

Strategi bandwagon device yang diterapkan oleh DPW Partai Aceh Kabupaten Aceh Utara memanfaatkan efek psikologis mayoritas dengan menciptakan kesan bahwa partai tersebut telah memperoleh dukungan luas dari masyarakat. Strategi ini bertujuan untuk memengaruhi persepsi publik agar menganggap Partai Aceh sebagai pilihan utama, sehingga mendorong masyarakat lain untuk ikut bergabung dalam arus dukungan tersebut. Pendekatan ini secara tidak langsung membangun keyakinan bahwa memilih Partai Aceh adalah keputusan yang tepat karena didukung oleh mayoritas masyarakat.

Implementasi strategi ini terlihat jelas melalui mobilisasi massa dalam jumlah besar pada setiap kegiatan kampanye. Partai secara konsisten menghadirkan massa dalam skala besar, baik pada kampanye terbuka maupun pertemuan terbatas. Kehadiran massa tersebut kemudian didokumentasikan dan disebarluaskan melalui media sosial resmi partai, sehingga membentuk citra kuat bahwa dukungan terhadap Partai Aceh sangat besar. Hal ini diperkuat oleh pernyataan M. Jhony yang menyebutkan bahwa dokumentasi dan publikasi massa kampanye sengaja dilakukan agar masyarakat melihat besarnya dukungan yang ada (Wawancara, 20 Mei 2025).

Selain mobilisasi massa, publikasi hasil survei elektabilitas juga menjadi bagian penting dari strategi ini. DPW Partai Aceh memanfaatkan hasil survei internal maupun eksternal yang menunjukkan posisi partai berada di peringkat atas. Data tersebut kemudian

dipublikasikan melalui media lokal, spanduk, dan platform digital untuk memperkuat persepsi bahwa Partai Aceh merupakan pilihan dominan masyarakat. Menurut Nurjannah, publikasi ini bertujuan agar masyarakat merasa bahwa mendukung Partai Aceh berarti mengikuti pilihan mayoritas (Wawancara, 25 Juli 2025).

Tidak hanya melalui visualisasi massa dan data survei, narasi “arus utama” juga terus dibangun dalam setiap pidato kampanye. Pesan yang disampaikan menekankan bahwa sebagian besar masyarakat Aceh Utara telah memilih Partai Aceh, sehingga mendukung partai tersebut dianggap sebagai bagian dari kebersamaan dan identitas kolektif. Narasi ini memperkuat tekanan sosial yang mendorong individu untuk tidak tertinggal dari pilihan mayoritas.

Strategi ini terbukti efektif karena memanfaatkan faktor psikologis berupa tekanan sosial dan rasa takut tertinggal (*fear of missing out*). Dengan menciptakan persepsi bahwa Partai Aceh adalah pilihan mayoritas, masyarakat cenderung mengikuti arus tersebut tanpa melakukan pertimbangan yang terlalu mendalam. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi politik tidak hanya bekerja melalui rasionalitas, tetapi juga melalui aspek emosional dan sosial yang kuat dalam masyarakat.

Partai Aceh juga memanfaatkan media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk menjangkau pemilih muda. Melalui platform ini, partai menyampaikan informasi kegiatan politik, kampanye, serta pesan anti politik uang dengan menggunakan visual yang menarik dan khas. Partai juga aktif merekrut kader baru serta melibatkan mereka dalam kegiatan sosial dan pelatihan politik guna meningkatkan partisipasi serta loyalitas pemilih, khususnya dari kalangan generasi muda.

Strategi komunikasi politik yang diterapkan DPW Partai Aceh dilakukan berdasarkan segmentasi pemilih dan pendekatan teori komunikasi Lasswell yang mencakup unsur komunikator, pesan, media, audiens, dan efek. Strategi ini bersifat dinamis, partisipatif, serta menyesuaikan dengan kondisi sosial budaya masyarakat Aceh Utara. Dengan menggabungkan pendekatan massa, media, dan kedekatan sosial, Partai Aceh mampu mempertahankan konstituen lama sekaligus menarik pemilih baru secara efektif.

Adapun teori komunikasi politik DPW Partai Aceh dalam Pemilu 2024 dapat dijabarkan dalam empat pendekatan utama berdasarkan teori komunikasi Harold D. Lasswell, yaitu:

Teori komunikasi politik Berdasarkan Analisis Konten

Teori komunikasi politik yang dijalankan oleh Dewan Pimpinan Wilayah (DPW) Partai Aceh Kabupaten Aceh Utara pada Pemilu Legislatif Tahun 2024 menunjukkan pola komunikasi yang terarah dan terstruktur melalui berbagai konten kampanye yang dikemas dengan memperhatikan nilai-nilai ideologis, budaya lokal, serta segmentasi pemilih.

Melalui analisis konten terhadap materi kampanye seperti baliho, selebaran, video digital, unggahan media sosial, serta orasi politik, terlihat bahwa Partai Aceh menggunakan pendekatan naratif yang kuat untuk memperkuat citra partai sebagai representasi identitas dan perjuangan rakyat Aceh.

Konten-konten tersebut didesain untuk membangun hubungan emosional antara partai dan masyarakat, dengan menyisipkan simbol perjuangan seperti MoU Helsinki, tokoh-tokoh GAM, dan narasi keistimewaan Aceh. Selain itu, Partai Aceh juga menampilkan visual budaya lokal seperti *rapa'i*, pakaian adat, dan bahasa Aceh dalam setiap bahan kampanye, baik cetak maupun digital, guna menumbuhkan rasa memiliki dari masyarakat terhadap partai.

Strategi ini juga menekankan edukasi politik melalui konten infografis dan video pendek yang berisi panduan teknis memilih, fungsi legislatif, serta pentingnya suara rakyat dalam menentukan arah pembangunan Aceh. Dengan kata lain, Partai Aceh tidak hanya

berkampanye untuk meraih suara, tetapi juga untuk membangun kesadaran politik masyarakat.

Melalui pendekatan konten yang menyentuh aspek emosional, kultural, historis, dan informatif, Partai Aceh berhasil menjaga loyalitas basis pemilihnya sekaligus menarik simpati dari generasi muda yang mulai aktif di media sosial. Kombinasi antara pesan visual, narasi perjuangan, dan konten edukatif menjadi kunci keberhasilan strategi komunikasi politik berbasis konten yang dijalankan oleh DPW Partai Aceh Kabupaten Aceh Utara.

Berdasarkan hasil analisis konten, ditemukan beberapa bentuk strategi komunikasi yang dominan digunakan oleh DPW Partai Aceh secara konsisten menonjolkan identitas perjuangan rakyat Aceh, pelestarian syariat Islam, serta penguatan otonomi khusus sebagai narasi utama dalam komunikasi politiknya. Hal ini diwujudkan melalui penggunaan simbol-simbol perjuangan seperti bendera, warna partai, serta kutipan tokoh-tokoh perjuangan yang memiliki nilai historis dan kultural tinggi. Strategi ini bertujuan untuk membangun citra partai yang kuat sekaligus menumbuhkan loyalitas politik masyarakat berbasis sejarah dan identitas lokal. Sebagaimana disampaikan oleh M. Jhony, masyarakat diharapkan tetap mengingat perjuangan Aceh dan menjadikannya sebagai semangat dalam menentukan pilihan politik (Wawancara, 20 Mei 2025). Pendekatan ini juga diperkuat melalui konten kampanye yang bersifat emosional dan simbolik, seperti narasi tentang kesulitan masyarakat, harapan perubahan, serta nostalgia masa perjuangan yang mampu menciptakan kedekatan emosional antara partai dan pemilih.

Partai Aceh juga melibatkan kader muda dan influencer lokal sebagai bagian dari strategi komunikasi untuk menjangkau pemilih yang lebih luas, khususnya generasi muda. Peran aktif kader muda ditampilkan dalam berbagai kegiatan sosial maupun konten media sosial yang bersifat visual dan interaktif. Influencer lokal turut dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan partai secara lebih kultural dan emosional agar mudah diterima masyarakat. Di sisi lain, partai juga menerapkan segmentasi isi berdasarkan usia, di mana konten untuk pemilih muda dibuat lebih ringan dan menarik secara digital, sementara untuk pemilih yang lebih tua digunakan pendekatan berbasis nilai agama, budaya, dan adat melalui kegiatan seperti pengajian dan pertemuan masyarakat. Strategi ini menunjukkan bahwa Partai Aceh mampu menyesuaikan pesan politiknya dengan karakteristik audiens yang beragam.

Teori komunikasi politik berdasarkan media atau saluran

Pada Pemilu Legislatif 2024, DPW Partai Aceh Kabupaten Aceh Utara memanfaatkan berbagai saluran komunikasi politik untuk memperkuat jangkauan pesan dan pengaruhnya di tengah masyarakat. Dari lima saluran komunikasi politik yang umum digunakan, partai ini secara strategis memilih tiga saluran utama, yaitu saluran komunikasi politik struktur tradisional, saluran komunikasi politik masukan (input), dan saluran komunikasi melalui media massa. Pemilihan ketiga saluran ini didasarkan pada kesesuaian dengan kondisi sosial, budaya, serta karakteristik masyarakat Aceh Utara yang masih memiliki keterikatan kuat dengan struktur sosial tradisional dan tokoh-tokoh berpengaruh.

Saluran komunikasi politik struktur tradisional menjadi salah satu yang paling dominan digunakan. Dalam masyarakat Aceh yang masih menjunjung tinggi nilai-nilai sosial dan hierarki, arus komunikasi sangat ditentukan oleh posisi sosial individu. Oleh karena itu, DPW Partai Aceh menjalin komunikasi intensif dengan tokoh masyarakat, ulama, pimpinan pondok pesantren, dan majelis taklim. Tokoh-tokoh ini memiliki legitimasi sosial yang tinggi sehingga mampu menjadi perantara yang efektif dalam menyampaikan pesan politik kepada masyarakat luas.

Pada setiap daerah pemilihan (dapil), partai melibatkan tokoh-tokoh lokal yang berpengaruh sebagai saluran komunikasi politik. Misalnya, di Dapil 1 terdapat tokoh seperti

Tgk. H. M. Nur dan Tgk. Faisal M. Yunus, sementara di Dapil lainnya juga melibatkan ulama dan tokoh masyarakat yang memiliki basis pengaruh kuat di wilayah masing-masing. Keterlibatan tokoh-tokoh ini tidak hanya memperluas jangkauan komunikasi, tetapi juga meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pesan politik yang disampaikan oleh Partai Aceh.

Selain tokoh masyarakat dan ulama, DPW Partai Aceh juga menjadikan pondok pesantren dan majelis taklim sebagai saluran komunikasi politik yang efektif. Lembaga-lembaga keagamaan ini memiliki peran penting dalam membentuk opini dan sikap masyarakat, khususnya dalam konteks masyarakat yang religius seperti di Aceh. Melalui pendekatan ini, partai tidak hanya menyampaikan pesan politik, tetapi juga membangun kedekatan emosional dan spiritual dengan masyarakat.

Saluran komunikasi politik berikutnya adalah struktur masukan (input), yaitu saluran yang memungkinkan masyarakat atau kelompok tertentu menyampaikan aspirasi kepada sistem politik. Dalam hal ini, DPW Partai Aceh menjalin hubungan erat dengan Komite Peralihan Aceh (KPA), yang memiliki akar sejarah yang sama dengan partai tersebut. KPA menjadi mitra strategis dalam menyerap aspirasi masyarakat sekaligus memperkuat basis dukungan politik.

Kerja sama antara DPW Partai Aceh dan KPA terlihat dalam berbagai kegiatan politik, termasuk koordinasi melalui struktur Dewan Pimpinan Sagoe (DPS) di tingkat kecamatan. Kolaborasi ini juga tampak dalam kegiatan deklarasi dukungan politik, seperti dukungan terhadap pasangan calon presiden pada Pemilu 2024. Sinergi ini memperkuat jaringan komunikasi politik partai sekaligus memperluas akses terhadap masyarakat di berbagai wilayah.

DPW Partai Aceh juga memanfaatkan media massa sebagai saluran komunikasi politik yang penting. Media massa digunakan untuk menyebarkan informasi, program, serta aktivitas partai kepada masyarakat luas. Partai secara aktif mengekspos kegiatan mereka melalui berbagai media, baik media lokal maupun tingkat provinsi, seperti Serambi Indonesia, Waspada, Rakyat Aceh, dan Modus.

Pemanfaatan media massa ini bertujuan untuk memperluas jangkauan komunikasi sekaligus membentuk opini publik yang positif terhadap Partai Aceh. Dengan kombinasi antara saluran tradisional, struktur masukan, dan media massa, DPW Partai Aceh Kabupaten Aceh Utara mampu menjalankan strategi komunikasi politik yang komprehensif dan adaptif. Strategi ini menjadi bentuk upaya untuk mempertahankan eksistensi partai di tengah persaingan politik yang semakin ketat, sekaligus memperkuat posisi mereka dalam Pemilu Legislatif 2024.

Teori Komunikasi politik berdasarkan pemilihan pemilih (audiens)

Strategi segmentasi pemilih merupakan pendekatan penting dalam komunikasi politik yang bertujuan agar pesan yang disampaikan tepat sasaran dan efektif. Dalam Pemilu Legislatif 2024, DPW Partai Aceh Kabupaten Aceh Utara menerapkan segmentasi berdasarkan faktor demografis, khususnya usia, dengan membagi pemilih menjadi dua kelompok utama, yaitu kalangan pemuda dan pemilih orang tua. Pendekatan ini dilakukan karena masing-masing kelompok memiliki karakteristik, kebutuhan, serta cara menerima pesan politik yang berbeda, sehingga memerlukan strategi komunikasi yang disesuaikan.

Untuk kalangan pemuda, DPW Partai Aceh menggunakan pendekatan yang bersifat partisipatif, kreatif, dan berbasis aktivitas sosial. Berbagai kegiatan dilakukan seperti audiensi dengan organisasi kepemudaan, mahasiswa, dan santri, serta penyelenggaraan turnamen olahraga seperti sepak bola, futsal, dan bola voli yang melibatkan peserta dari berbagai kecamatan. Selain itu, partai juga menghidupkan kembali budaya lokal seperti Rapai-Daboih serta mensponsori kegiatan keagamaan seperti dakwah, pengajian, dan lomba

MTQ. Kegiatan ini bertujuan untuk menarik minat generasi muda sekaligus membangun kedekatan emosional dengan mereka.

Pendekatan tersebut dinilai efektif karena mampu menggabungkan unsur hiburan, budaya, dan nilai religius yang sesuai dengan karakter generasi muda Aceh. Hal ini juga diperkuat dengan adanya dukungan hadiah yang menarik serta keterlibatan langsung masyarakat dalam berbagai kegiatan. Selain meningkatkan partisipasi pemuda, strategi ini juga menjadi sarana untuk merekrut kader baru serta memperluas basis dukungan politik Partai Aceh di kalangan generasi muda.

Kalangan pemilih orang tua, DPW Partai Aceh menerapkan strategi komunikasi yang lebih personal dan berbasis nilai-nilai tradisional. Kader partai diarahkan untuk melakukan silaturahmi langsung dengan tokoh masyarakat, ulama, pimpinan pondok pesantren, dan majelis taklim. Pendekatan tatap muka ini dianggap lebih efektif karena pemilih orang tua cenderung lebih menghargai interaksi langsung dibandingkan kampanye digital. Selain itu, partai juga mengangkat isu-isu yang relevan seperti tradisi, adat, dan kesejahteraan masyarakat yang dekat dengan kehidupan mereka.

Dalam penyampaian pesan kepada pemilih orang tua, DPW Partai Aceh juga menggunakan bahasa Aceh lokal agar lebih mudah dipahami dan terasa lebih akrab. Narasi sejarah perjuangan Aceh, termasuk pengalaman masa konflik, juga dimanfaatkan untuk membangun ikatan emosional yang kuat, mengingat banyak pemilih tua memiliki keterkaitan langsung dengan sejarah tersebut. Melalui penguatan jaringan hingga tingkat gampong, serta kegiatan seperti pengajian, kenduri, dan zikir bersama, Partai Aceh berhasil menjaga loyalitas pemilih tua sekaligus memperkuat basis dukungan tradisionalnya.

Teori komunikasi politik berdasarkan efek (umpan balik)

Strategi komunikasi politik berbasis efek atau umpan balik merupakan pendekatan yang menekankan pentingnya respon audiens terhadap pesan politik yang disampaikan. Dalam pendekatan ini, komunikasi tidak hanya dipahami sebagai proses satu arah, tetapi sebagai interaksi dua arah antara aktor politik dan masyarakat. Umpan balik dari masyarakat menjadi elemen penting untuk mengevaluasi efektivitas pesan serta memperbaiki strategi komunikasi yang digunakan, sehingga pesan yang disampaikan dapat lebih relevan dan sesuai dengan kebutuhan audiens.

DPW Partai Aceh Kabupaten Aceh Utara menerapkan strategi ini dengan memanfaatkan berbagai sumber umpan balik dari masyarakat. Respon tersebut diperoleh melalui interaksi langsung di lapangan, komentar di media sosial, pertemuan warga, hingga tanggapan terhadap isu-isu yang berkembang. Dengan cara ini, partai mampu memahami dinamika opini publik secara lebih akurat dan menyeluruh, sehingga dapat menyesuaikan pendekatan komunikasi secara lebih responsif.

Melalui strategi ini, Partai Aceh menunjukkan kemampuan adaptif dalam merespons kebutuhan masyarakat. Ketika muncul ketidakpuasan terhadap kebijakan tertentu atau adanya aspirasi baru dari masyarakat, tim kampanye segera melakukan penyesuaian terhadap narasi, pesan, dan metode komunikasi. Hal ini mencerminkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan bersifat fleksibel dan berorientasi pada kepentingan masyarakat, bukan sekadar penyampaian pesan politik semata.

Sebagaimana disampaikan oleh M. Jhony selaku Ketua DPW Partai Aceh Kabupaten Aceh Utara, setiap masukan dan keluhan masyarakat dianggap sebagai bagian penting dalam menyusun ulang strategi komunikasi politik (Wawancara, 20 Mei 2025). Untuk mendukung hal tersebut, partai juga rutin mengadakan rapat evaluasi mingguan yang melibatkan pengurus, relawan, dan koordinator desa. Dalam forum ini, berbagai laporan terkait respon masyarakat dikumpulkan dan dianalisis untuk memperbaiki materi kampanye,

menyesuaikan gaya komunikasi calon legislatif, serta menentukan tema prioritas di setiap wilayah.

Efektivitas strategi komunikasi berbasis umpan balik ini terlihat dari keberhasilan Partai Aceh dalam Pemilu Legislatif 2024 di Kabupaten Aceh Utara. Partai ini mampu meraih suara dominan di hampir seluruh daerah pemilihan dengan margin kemenangan yang signifikan dibandingkan partai pesaing. Keberhasilan tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang responsif dan partisipatif mampu meningkatkan kepercayaan publik, memperkuat kedekatan emosional dengan masyarakat, serta menjadi faktor kunci dalam kemenangan politik Partai Aceh.

Pembahasan

Strategi Komunikasi Politik Dewan Pimpinan Wilayah (DPW) Partai Aceh Pada Pemilu Legislatif Aceh Utara Tahun 2024

Strategi komunikasi politik dalam menghadapi Pemilu legislatif merupakan perencanaan yang cermat yang disusun dan dilaksanakan oleh tim sukses yang memiliki tujuan mencapai kemenangan atas sasaran yang ditentukan dalam Pemilu. Sasaran merupakan apa yang ingin dicapai oleh tim kampanye dalam hal ini adalah target dukungan pemilihan yang diwujudkan dalam pemberian suara kepada partai politik tersebut.

Penerapan strategi komunikasi politik oleh Dewan Pimpinan Wilayah (DPW) Partai Aceh pada Pemilu Legislatif Aceh Utara Tahun 2024 menunjukkan adanya integrasi tiga pendekatan utama yaitu, testimonial device, transfer device, dan bandwagon device yang secara simultan berfungsi membangun citra positif, memperkuat legitimasi politik, serta memengaruhi perilaku pemilih. Strategi-strategi ini tidak berdiri sendiri, melainkan saling menguatkan dalam menciptakan efek komunikasi yang maksimal.

Strategi testimonial device menjadi pondasi pembentukan kepercayaan publik. Pemanfaatan tokoh agama, tokoh adat, dan figur publik yang memiliki legitimasi sosial kuat digunakan sebagai media untuk menyampaikan pesan politik. Sejalan dengan fungsi *with what effect* dalam model komunikasi Lasswell, keterlibatan figur terpercaya berperan dalam meminimalkan resistensi pesan dan memperbesar peluang penerimaan publik. Pernyataan M. Jhony, S.H., Ketua DPW Partai Aceh, menegaskan kesadaran partai akan pentingnya dukungan tokoh lokal karena pengaruh mereka lebih efektif dibandingkan komunikasi langsung oleh kandidat. Hal serupa ditegaskan oleh Zulkarnaini, A.Ma yang mengaitkan kedekatan tokoh dengan masyarakat sebagai faktor penentu efektivitas komunikasi. Strategi ini tidak hanya mengandalkan popularitas tokoh, tetapi juga memanfaatkan hubungan emosional dan kepercayaan yang sudah terbangun di komunitas.

Strategi transfer device berfungsi memperluas legitimasi dengan mengaitkan citra partai dan kandidat pada simbol-simbol yang telah memiliki nilai penghormatan tinggi di masyarakat Aceh, seperti bendera daerah, pakaian adat, tokoh perjuangan, dan peristiwa bersejarah. Pendekatan ini sesuai dengan konsep *symbolic interactionism* yang menekankan bahwa simbol memiliki makna sosial yang mampu membentuk persepsi kolektif. Implementasinya terlihat dari penggunaan atribut adat dan kehadiran tokoh karismatik di setiap kampanye. Seperti diungkapkan Geusyik Partai Gampong Darussalam Kecamatan Nisam Antara, penggunaan simbol dan tokoh berpengaruh mampu mempercepat terbentuknya ikatan emosional antara masyarakat dan partai. Hal ini menunjukkan bahwa transfer device bukan hanya strategi pencitraan, tetapi juga instrumen membangun kedekatan emosional dan legitimasi politik.

Adapun strategi bandwagon device dimanfaatkan untuk menciptakan persepsi dukungan mayoritas melalui mobilisasi massa, publikasi hasil survei elektabilitas, dan narasi arus utama dalam pidato kampanye. Strategi ini menjelaskan bahwa individu cenderung

mengikuti perilaku mayoritas karena dorongan konformitas sosial. Visualisasi kehadiran massa besar yang didokumentasikan dan disebarluaskan melalui media sosial dimaksudkan untuk memperkuat citra dominasi dukungan. M. Jhony, S.H., menyebutkan bahwa dokumentasi ini sengaja dibuat untuk menimbulkan kesan luasnya dukungan, sedangkan Nurjannah, S.E., menjelaskan bahwa publikasi survei dilakukan agar masyarakat merasa mendukung Partai Aceh berarti bergabung dengan mayoritas.

Ketiga strategi ini, bila dianalisis secara terpadu, membentuk pola komunikasi politik yang efektif: testimonial device untuk membangun kepercayaan, transfer device untuk memperkuat ikatan emosional dan legitimasi melalui simbol, dan bandwagon device untuk mengonsolidasikan dukungan dengan menciptakan efek mayoritas. Kombinasi ini membuktikan bahwa DPW Partai Aceh mampu memanfaatkan strategi komunikasi politik secara kontekstual sesuai karakteristik sosial-budaya Aceh Utara, sehingga strategi yang dijalankan tidak hanya bersifat persuasif, tetapi juga membangun ikatan emosional dan identitas kolektif antara partai dan masyarakat pemilih.

Partai Aceh memanfaatkan media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk berkomunikasi dengan pemilih muda. Mereka menggunakan bingkai visual khas partai dan menyampaikan informasi tentang kegiatan politik serta kampanye anti-politik uang melalui platform ini. Selain itu, Partai Aceh merekrut kader-kader baru dan melibatkan mereka dalam kegiatan sosial serta pelatihan politik guna meningkatkan partisipasi dan loyalitas pemilih.

Strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh Partai Aceh Kabupaten Aceh Utara bertujuan untuk mempertahankan konstituen lama dan mendapatkan konstituen baru. Dalam hal ini, Partai Aceh Kabupaten Aceh Utara menerapkan strategi komunikasi politik berdasarkan segmentasi pemilih. Segmentasi ini berguna untuk membantu mengidentifikasi kepentingan dan tujuan politik masyarakat, meningkatkan ketepatan program kerja dan isu politik, serta memahami perbedaan cara berpikir antar kelompok masyarakat. Selain itu, segmentasi juga mendukung dalam menganalisis persaingan politik serta mengembangkan program komunikasi dan pemasaran politik yang lebih tepat sasaran dan komprehensif.

Partai Aceh Kabupaten Aceh Utara menggunakan pendekatan segmentasi pemilih berdasarkan demografi, yaitu membedakan pemilih berdasarkan umur dan jenis kelamin. Namun, dalam praktiknya, segmentasi lebih difokuskan pada usia. Pemilih dibedakan antara kelompok pemuda dan orang tua, dengan pendekatan komunikasi yang disesuaikan dengan karakter masing-masing kelompok tersebut.

Dalam konteks ini, strategi komunikasi yang digunakan berpijak pada teori komunikasi Harold D. Lasswell, yang menekankan lima unsur utama: siapa yang menyampaikan pesan, apa isi pesannya, melalui media apa disampaikan, kepada siapa pesan ditujukan, dan dampak apa yang dihasilkan. Partai Aceh sebagai komunikator menyampaikan pesan-pesan politik melalui berbagai media kepada masyarakat Aceh Utara untuk memengaruhi persepsi serta meningkatkan loyalitas politik.

Sebagai bentuk dari konsep komunikasi politik, strategi yang diterapkan oleh DPW Partai Aceh Kabupaten Aceh Utara bersifat dinamis dan partisipatif. Strategi ini tidak hanya mengandalkan komunikasi satu arah dari partai kepada masyarakat, tetapi juga melibatkan komunikasi dua arah melalui partisipasi aktif masyarakat, dialog publik, serta keterlibatan tokoh-tokoh lokal dan pemuda. Dengan demikian, komunikasi politik yang dilakukan tidak hanya menjadi alat penyampaian pesan politik, tetapi juga menjadi media untuk membangun hubungan timbal balik yang memperkuat kedekatan antara partai dan rakyat.

Adapun teori komunikasi politik DPW Partai Aceh dalam Pemilu 2024 dapat dijabarkan dalam empat pendekatan utama.

Strategi komunikasi politik yang dijalankan oleh Dewan Pimpinan Wilayah (DPW) Partai Aceh Kabupaten Aceh Utara pada Pemilu Legislatif Tahun 2024 menunjukkan pola komunikasi yang terarah dan terstruktur melalui berbagai konten kampanye yang dikemas dengan memperhatikan nilai-nilai ideologis, budaya lokal, serta segmentasi pemilih. Melalui analisis konten terhadap materi kampanye seperti baliho, selebaran, video digital, unggahan media sosial, serta orasi politik, terlihat bahwa Partai Aceh menggunakan pendekatan naratif yang kuat untuk memperkuat citra partai sebagai representasi identitas dan perjuangan rakyat Aceh.

Konten-konten tersebut didesain untuk membangun hubungan emosional antara partai dan masyarakat, dengan menyisipkan simbol perjuangan seperti MoU Helsinki, tokoh-tokoh GAM, dan narasi keistimewaan Aceh. Selain itu, Partai Aceh juga menampilkan visual budaya lokal seperti *rapa'i*, pakaian adat, dan bahasa Aceh dalam setiap bahan kampanye, baik cetak maupun digital, guna menumbuhkan rasa memiliki dari masyarakat terhadap partai. Strategi ini juga menekankan edukasi politik melalui konten infografis dan video pendek yang berisi panduan teknis memilih, fungsi legislatif, serta pentingnya suara rakyat dalam menentukan arah pembangunan Aceh. Dengan kata lain, Partai Aceh tidak hanya berkampanye untuk meraih suara, tetapi juga untuk membangun kesadaran politik masyarakat.

Melalui pendekatan konten yang menyentuh aspek emosional, kultural, historis, dan informatif, Partai Aceh berhasil menjaga loyalitas basis pemilihnya sekaligus menarik simpati dari generasi muda yang mulai aktif di media sosial. Kombinasi antara pesan visual, narasi perjuangan, dan konten edukatif menjadi kunci keberhasilan strategi komunikasi politik berbasis konten yang dijalankan oleh DPW Partai Aceh Kabupaten Aceh Utara.

Partai Aceh secara konsisten menonjolkan identitas perjuangan rakyat Aceh, pelestarian syariat Islam, dan penguatan otonomi khusus sebagai narasi utama. Simbol-simbol perjuangan seperti bendera, warna partai, dan kutipan tokoh perjuangan banyak digunakan untuk membangun citra dan loyalitas politik berbasis historis dan kultural. Dalam praktik kampanyenya, partai menampilkan peran aktif kader muda dalam berbagai kegiatan sosial dan politik. Di media sosial, konten visual yang menampilkan generasi muda menjadi strategi menjangkau pemilih muda. Influencer lokal juga digunakan untuk menyebarkan pesan partai secara kultural dan emosional. Banyak konten kampanye dirancang untuk menyentuh emosi pemilih, seperti narasi kesulitan masyarakat, harapan perubahan, dan nostalgia terhadap masa perjuangan. Ini menciptakan kedekatan emosional antara partai dan pemilih. Untuk pemilih muda, konten digital bersifat ringan, visual, dan interaktif. Sedangkan untuk pemilih tua, partai menggunakan pendekatan berbasis nilai-nilai agama, budaya, dan adat, termasuk dalam kegiatan pengajian dan pertemuan masyarakat adat.

Pada Pemilu legislatif 2024, DPW Partai Aceh Kabupaten Aceh Utara menggunakan tiga saluran komunikasi politik utama. Pertama, saluran komunikasi struktur tradisional yang memainkan peran penting dalam masyarakat Aceh yang masih menjunjung tinggi struktur sosial tradisional. Dalam konteks ini, komunikasi dibangun melalui hubungan dengan tokoh-tokoh masyarakat, ulama, pondok pesantren, dan majelis taklim yang tersebar di berbagai daerah pemilihan (dapil). Tokoh-tokoh tersebut menjadi penghubung penting dalam menyampaikan pesan politik Partai Aceh kepada masyarakat luas.

Kedua, saluran komunikasi politik masukan (input) yang mengandalkan jaringan organisasi-organisasi politik seperti Komite Peralihan Aceh (KPA). DPW Partai Aceh Aceh Utara secara aktif berkoordinasi dengan KPA melalui struktur Dewan Pimpinan Sagoe (DPS) di berbagai kecamatan. Kolaborasi ini terlihat dalam berbagai kegiatan politik, seperti deklarasi dukungan terhadap pasangan calon presiden Prabowo-Gibran pada Pemilu 2024, yang melibatkan rapat bersama antara DPW Partai Aceh dan KPA Kabupaten Aceh Utara.

Ketiga, saluran komunikasi melalui media massa digunakan secara optimal oleh DPW Partai Aceh Kabupaten Aceh Utara untuk mengekspos program dan kegiatan mereka kepada publik. Media massa lokal seperti Serambi Indonesia, Waspada, Rakyat Aceh, dan Modus menjadi saluran utama untuk menyampaikan pesan-pesan politik. Media-media ini dianggap efektif untuk menjangkau masyarakat luas dan membentuk opini publik yang mendukung partai.

Dengan memanfaatkan berbagai saluran komunikasi ini secara sinergis, DPW Partai Aceh Kabupaten Aceh Utara mampu menjangkau berbagai segmen masyarakat, memperkuat basis dukungan, serta meningkatkan visibilitas partai di tengah masyarakat. Strategi ini tidak hanya memperkuat ikatan emosional antara partai dan masyarakat, tetapi juga memperluas jangkauan pesan politik hingga ke pelosok-pelosok daerah, sehingga berkontribusi besar terhadap keberhasilan Partai Aceh dalam Pemilu legislatif 2024.

Strategi komunikasi politik berdasarkan pemilihan pemilih atau segmentasi audiens merupakan pendekatan penting dalam komunikasi politik yang bertujuan agar pesan politik yang disampaikan tepat sasaran dan efektif. Dalam pelaksanaan Pemilu Legislatif 2024, DPW Partai Aceh Kabupaten Aceh Utara menerapkan strategi segmentasi pemilih berdasarkan kategori demografis, khususnya usia, yaitu kalangan pemuda dan pemilih tua.

Untuk menarik perhatian dan dukungan dari kalangan pemuda, DPW Partai Aceh Kabupaten Aceh Utara menyelenggarakan berbagai kegiatan yang relevan dengan minat dan kebutuhan generasi muda. Kegiatan-kegiatan tersebut antara lain audiensi dengan organisasi pemuda, mahasiswa, serta santri di berbagai wilayah Kabupaten Aceh Utara. Selain itu, partai juga mengadakan berbagai lomba olahraga seperti turnamen sepak bola, futsal, dan bola voli yang melibatkan klub-klub dari dua puluh tujuh kecamatan di Aceh Utara. Dalam rangka menggugah kesadaran kultural generasi muda, DPW Partai Aceh juga menghidupkan kembali tradisi lokal seperti Rapai-Daboih dan mendukung acara-acara religius seperti dakwah Islamiah, pengajian majelis taklim, dan lomba MTQ di berbagai gampong.

Upaya ini bertujuan untuk membentuk ikatan emosional dan memperkuat dukungan dari generasi muda yang dinilai sebagai pemilih strategis. Seperti yang diungkapkan oleh LO BAPPILU DPW Partai Aceh Kabupaten Aceh Utara, M. Jadidan, kegiatan-kegiatan tersebut dirancang sebagai sarana menjangkau dan merekrut dukungan pemuda dengan pendekatan yang menarik dan bermanfaat. Pandangan ini juga diperkuat oleh pernyataan kader muda partai, Adwardi Mubarak dan Sahlan Mukmin, yang menilai kegiatan tersebut sebagai bukti nyata keseriusan partai dalam merebut suara pemilih muda.

Sementara itu, dalam upaya menarik pemilih dari kalangan orang tua, DPW Partai Aceh Kabupaten Aceh Utara menggunakan pendekatan yang lebih personal dan tradisional. Kader partai diinstruksikan untuk aktif bersilaturahmi dengan tokoh adat, tokoh masyarakat, ulama, serta pemimpin pondok pesantren dan majelis taklim. Mereka juga melakukan kunjungan rumah sebagai bentuk penghormatan kepada tokoh-tokoh tua di desa. Strategi ini dianggap efektif karena pemilih lansia cenderung lebih menghargai interaksi tatap muka dibanding kampanye berbasis media digital.

Selain metode komunikasi langsung, DPW Partai Aceh juga mengangkat isu-isu yang dekat dengan kehidupan pemilih tua seperti tradisi, adat, dan kesejahteraan rakyat. Dalam menyampaikan pesan politik kepada kalangan ini, penggunaan bahasa Aceh lokal sangat diutamakan guna meningkatkan keakraban dan keterhubungan emosional. Partai juga memanfaatkan narasi perjuangan dan sejarah Gerakan Aceh Merdeka (GAM) sebagai simbol identitas dan loyalitas, mengingat sebagian besar pemilih tua mengalami langsung masa konflik tersebut.

M. Jhony, S.H selaku Ketua DPW Partai Aceh Kabupaten Aceh Utara, menyatakan bahwa basis dukungan partai berasal dari masyarakat yang memiliki keterikatan emosional

dan ideologis, terutama kalangan tua dan tokoh agama. Hal serupa juga diungkapkan oleh simpatisan Partai Aceh, Muhd Rizal dan Aris Munandar, yang menekankan pentingnya peran tokoh-tokoh masyarakat dan ulama dalam menyampaikan pesan partai kepada basis massa Islam di daerah tersebut.

Untuk memperkuat jaringan di tingkat desa, DPW Partai Aceh membentuk struktur partai hingga ke tingkat dusun dan memfasilitasi kegiatan-kegiatan keagamaan seperti pengajian, kenduri, dan zikir bersama sebagai media kampanye yang bersifat soft-selling dan menyatu dalam kehidupan masyarakat.

Selain segmentasi berdasarkan usia, strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh DPW Partai Aceh Kabupaten Aceh Utara juga berorientasi pada efek atau umpan balik dari masyarakat. Pendekatan ini menempatkan komunikasi sebagai proses dua arah, di mana setiap tanggapan dan masukan dari masyarakat digunakan sebagai bahan evaluasi dan penyesuaian strategi.

Umpan balik diperoleh melalui interaksi langsung di lapangan, tanggapan di media sosial, dan forum-forum pertemuan warga. Respon masyarakat terhadap isu-isu tertentu menjadi indikator penting dalam menentukan arah kampanye berikutnya. DPW Partai Aceh mengadakan rapat evaluasi mingguan selama masa kampanye yang melibatkan pengurus partai, relawan, dan koordinator desa. Dalam rapat ini, data dan laporan tanggapan masyarakat dianalisis untuk memperbaiki konten kampanye, gaya komunikasi para calon legislatif, serta menentukan tema kampanye yang relevan di tiap daerah pemilihan.

Ketua DPW Partai Aceh Kabupaten Aceh Utara, M. Jhony, menyatakan bahwa setiap keluhan dan masukan dari masyarakat dijadikan acuan dalam menyusun ulang strategi, karena partai ingin menunjukkan bahwa suara rakyat benar-benar didengar. Hasil dari strategi berbasis umpan balik ini terlihat dari perolehan suara Partai Aceh yang dominan di hampir seluruh dapil Kabupaten Aceh Utara. Bahkan di wilayah yang sebelumnya tidak stabil secara politik, Partai Aceh berhasil meraih suara terbanyak dan memperoleh kursi legislatif terbanyak.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi politik berdasarkan segmentasi audiens dan efek atau umpan balik telah memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan elektabilitas dan kemenangan DPW Partai Aceh Kabupaten Aceh Utara dalam Pemilu Legislatif 2024. Strategi yang adaptif, komunikatif, dan responsif ini memperkuat kedekatan antara partai dan masyarakat, serta menjadi model komunikasi politik yang efektif di tengah dinamika demokrasi lokal di Aceh.

E. KESIMPULAN

Strategi komunikasi politik DPW Partai Aceh pada Pemilu Legislatif Aceh Utara Tahun 2024 menekankan pada pendekatan yang terstruktur, adaptif, dan berbasis pada pengaruh sosial. Melalui penerapan strategi seperti testimonial device, transfer device, bandwagon device, DPW Partai Aceh mampu membangun citra positif, menarik simpati publik, serta memobilisasi dukungan secara luas. Pemanfaatan tokoh berpengaruh, citra kesederhanaan, dan dukungan massa yang masif menjadi faktor penting yang meningkatkan legitimasi dan kepercayaan masyarakat terhadap partai.

Dari sisi teori, penerapan strategi ini selaras dengan teori komunikasi politik yang menekankan pentingnya pesan persuasif, kredibilitas komunikator, serta interaksi dua arah antara partai dan masyarakat. Kesesuaian strategi di lapangan dengan landasan teori membuktikan bahwa keberhasilan komunikasi politik tidak hanya ditentukan oleh pesan yang disampaikan, tetapi juga oleh cara membangun kedekatan emosional, keterlibatan publik, dan kecepatan merespons aspirasi. Dengan sinergi strategi dan teori tersebut, DPW

Partai Aceh berhasil memaksimalkan efektivitas komunikasi politiknya sehingga meraih dukungan yang signifikan pada pemilu.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, H. (2016). *Perencanaan dan strategi komunikasi* (Edisi kedua). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Djerubu, D., Kremer, H., Mustikarani, I. K., Herdhianta, D., Ardyanti, D., Agustina, T. S., & Wahyuni, S. (2022). *Pengantar ilmu komunikasi*. Pradina Pustaka.
- Hasan, K. (2015). *Modul Komunikasi Politik* (Lengkap 2015). Ilmu Komunikasi Fisip Unimal.
- Hasan, K. (2023). *Komunikasi Politik*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Lestaluhu, H. (2017). *Komunikasi politik*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018) *Memahami Penelitian Kualitatif*. Penerbit: Alfabeta. Bandung
- Syarbaini, S., Nur, S. M., & Anom, E. (2021). *Teori, Media dan Strategi Komunikasi Politik*. Jakarta: Esa Unggul.
- Syauket, A., Indriasari, R., Prayitno, R. B., Mendrofa, D. E. K., & Cabui, C. E. (2016). *Komunikasi politik pemerintahan*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Rinjani, B., & Subhani, S. (2017). *Komunikasi Lintas Budaya*. Jl. Sulawesi No.1-2 Kampus Bukit Indah Lhokseumawe. Unimal Press.
- Jurnal/Karya Ilmiah
- Saputra, A. (2021). *Strategi Komunikasi Politik Partai Golkar Kota Tanjungpinang Pada Pemenangan Pemilu Tahun 2019*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Adetya, T. (2018). *Elektabilitas partai politik lokal dalam pemilu legislatif 2014 dan pilkada serentak 2017 di Kabupaten Aceh Besar Provinsi Aceh*. Banda Aceh: IPDN.
- Bahrum, S. (2016). *Dinamika Partai Politik Lokal (Analisis Partai Aceh dan Penerapan Syari'at Islam)*. AL-LUBB: International Journal of Islamic Thought and Muslim Culture (IJITMC), 1 (1).
- Fitri, D., Anismar, A., Fazil, M., & Ula, C. W. (2021). *Smartphone Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fisip 2018)*. Jurnal Jurnalisme, 10(1), 32-41.
- Furqon, A. (2014). *Strategi Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Secara Ekspresi Simbolik Di Media Sosial Jelang Pemilu 2014*. Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Harun, N. I., Napir, S., Nuna, M., Hunawa, R., & Sahi, N. A. (2023). *Strategi Komunikasi Politik Partai Persatuan Pembangunan (PPP) Di Kabupaten Gorontalo*. Governance, 11(2), 110-124.
- Hermadi, F. (2015). *Implementasi Partai Politik Lokal Dalam Rangka Mewujudkan Demokratisasi di Nanggroe Aceh Darussalam*. Skripsi, Universitas Jember.
- Jannah, A., Satria, D., & Fitri, D. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Akun Instagram@Grosirshop_Stuffff dalam Promosi Penjualan*. Cendekia: Jurnal Hukum, Sosial dan Humaniora, 1(4), 379-386.
- Maulia, H. (2017). *Analisis Informasi Politik Pada Media Sosial Dalam Pemilukada Di Aceh (Studi Terhadap Facebook Pada Calon Gubernur Dan Wakil Gubernur 2017–2022)*. Skripsi Universitas Islam Negeri AR-Raniry Darussalam Banda Aceh.
- Mubarak, Z. (2024). *Analisis penggeseran dan konfigurasi politik partai Aceh hasil pemilu legislatif 2019 (studi kasus di Kota Banda Aceh)*. Disertasi, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

- Pimay, A. (2023). Strategi Komunikasi Politik Anggota Legislatif Terpilih Partai Kebangkitan Bangsa Pada Pemilu 2019 di Salatiga. *Jurnal Kopis: Kajian Penelitian dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam*, 5(2), 96–106.
- Pontoan, K. A., & Loho, A. M. (2023). Artikel membedah retorika-komunikasi politik dan implikasinya pada pemilu di tahun 2024. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 4(3), 2454-2464.
- Taufik, M. (2019). Strategi Komunikasi Politik Dewan Pengurus Wilayah Partai Kebangkitan Bangsa Provinsi Riau Dalam Mengembangkan Partai. Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

