

## STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK FAHIRA IDRIS DALAM KEMENANGAN 3 PERIODE DI KEPULAUAN SERIBU

Amanda Zulbaity Ilmi<sup>1</sup>, Rachel Hisanaah Tsabitah A<sup>2</sup>, Sury Riahma Rodearni<sup>3</sup>,  
Princess Ngozi Chika<sup>4</sup>, Alief Al Zelden Farel Jabriel<sup>5</sup>, M. Prakoso Aji<sup>6</sup>  
[2310413046@mahasiswa.upnvj.ac.id](mailto:2310413046@mahasiswa.upnvj.ac.id)<sup>1</sup>, [2310413065@mahasiswa.upnvj.ac.id](mailto:2310413065@mahasiswa.upnvj.ac.id)<sup>2</sup>,  
[2310413067@mahasiswa.upnvj.ac.id](mailto:2310413067@mahasiswa.upnvj.ac.id)<sup>3</sup>, [23104130104@mahasiswa.upnvj.ac.id](mailto:23104130104@mahasiswa.upnvj.ac.id)<sup>4</sup>,  
[23104130144@mahasiswa.upnvj.ac.id](mailto:23104130144@mahasiswa.upnvj.ac.id)<sup>5</sup>, [prakosoaji@upnvj.ac.id](mailto:prakosoaji@upnvj.ac.id)<sup>6</sup>

Corresponding Author : \*Sury Riahma Rodearni

[✉2310413067@mahasiswa.upnvj.ac.id](mailto:2310413067@mahasiswa.upnvj.ac.id)

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta

### ABSTRAK

Pemilihan umum 2024 merupakan momen krusial bagi sistem politik Indonesia, khususnya pemilihan anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPD) di DKI Jakarta, dengan fokus pada Kepulauan Seribu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh Fahira Idris, calon DPD yang telah menjabat selama tiga periode, dalam kampanyenya untuk periode 2024-2029. Menggunakan metode kualitatif, penelitian ini mengeksplorasi efektivitas pendekatan langsung kepada pemilih dibandingkan dengan penggunaan media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi tatap muka dan kehadiran fisik yang konsisten membantu membangun hubungan emosional yang kuat, terutama di komunitas lokal seperti Majelis Taklim. Pendekatan ini lebih efektif di daerah terabaikan seperti Kepulauan Seribu, yang sering kali kurang perhatian. Temuan ini memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam bidang komunikasi politik dengan menawarkan wawasan tentang strategi kampanye yang efektif. Penelitian ini menekankan pentingnya hubungan personal dalam meningkatkan dukungan pemilih, serta dapat menjadi panduan bagi calon legislatif dan tim kampanye dalam merancang strategi yang lebih efisien dan tepat sasaran.

**Kata kunci:** Komunikasi Politik; Fahira Idris; Kepulauan Seribu

### ABSTRACT

*The 2024 elections are a crucial moment for Indonesia's political system, particularly for the election of members of the Regional Representative Council (DPD) in DKI Jakarta, focusing on the Seribu Islands. This study aims to analyze the political communication strategies employed by Fahira Idris, a DPD candidate who has served three terms, in her campaign for the 2024-2029 period. Using qualitative methods, this research explores the effectiveness of direct engagement with voters compared to social media usage. The findings indicate that face-to-face interactions and consistent physical presence help build strong emotional connections, especially in local communities such as Majelis Taklim. This approach proves more effective in marginalized areas like the Seribu Islands, which often receive less attention. The study contributes both theoretically and practically to the field of political communication by providing insights into effective campaign strategies. It emphasizes the importance of personal relationships in enhancing voter support and can serve as a guide for legislative candidates and their campaign teams in designing more efficient and targeted strategies.*

**Keywords:** Political Communication; Fahira Idris; Kepulauan Seribu

## PENDAHULUAN

Tahun 2024 merupakan masa krusial bagi sistem politik di Indonesia, karena telah dilaksanakannya proses Pemilihan Umum khususnya pemilihan Calon Anggota Legislatif (Caleg) Dewan Perwakilan Daerah (DPD) Republik Indonesia (RI), untuk mengisi jabatan di pemerintahan dalam periode 2024-2029. Khususnya daerah pemilihan atau Dapil di Provinsi DKI Jakarta, spesifiknya pada wilayah Kepulauan Seribu dan Jakarta Selatan. Pemilihan umum juga dikenal sebagai pemilihan untuk pemimpin pada setiap tingkat pemerintahan di Indonesia, yang di mana hal ini merupakan kewajiban sebagai negara demokrasi, terutama sejak reformasi dilakukan. Demokrasi di Indonesia telah berkembang dengan keragaman dinamika yang terjadi dalam sistemnya, khususnya politik. Ketika pra-pemilu, secara umum masing-masing dari kandidat Caleg akan melakukan persiapan untuk saling bersaing ‘pertandingan politik’ dalam memenangkan suara dan menarik perhatian dari para pemilih.

Proses pertandingan politik dapat dilakukan dengan salah satu cara yakni melalui komunikasi politik. Komunikasi politik merupakan salah satu elemen penting dalam proses demokrasi. Penggunaan komunikasi yang efektif dan terarah oleh Caleg menjadi upaya strategis untuk membangun citra positif, menarik simpati publik, serta mempengaruhi pandangan dan penilaian pemilih. Komunikasi politik yang baik dapat menjadi alat bagi kandidat untuk unggul dan menang dalam pemilihan.

Kampanye menurut Rice dan Paisley adalah keinginan untuk mempengaruhi perilaku dan kepercayaan orang lain dengan menggunakan daya tarik komunikatif. Mereka menambahkan bahwa kampanye politik adalah komunikasi politik yang dilakukan oleh sekelompok orang, seseorang, atau organisasi politik pada suatu waktu dengan tujuan mendapatkan dukungan politik dari masyarakat. Selain itu, Menurut UU Nomor 1 Tahun 2015 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, kampanye diatur dalam Pasal 1 angka 26 sebagai kegiatan yang dilakukan oleh Peserta Pemilu untuk mempengaruhi pemilih dengan cara menyampaikan visi, misi, serta program-program yang ditawarkan oleh Peserta Pemilu tersebut.

Kampanye sebagai komunikasi politik sangat penting untuk mempromosikan kandidat ke masyarakat. Kampanye politik adalah upaya organisasi atau partai untuk mempengaruhi kelompok tertentu dalam mengambil keputusan. Setiap kandidat harus mempertimbangkan berbagai strategi dan rencana untuk memenangkan pemilu, karena strategi dan rencana ini sangat penting karena menentukan kemenangan kandidat selama proses pemilu. Para calon menggunakan berbagai metode komunikasi, termasuk pendekatan langsung kepada pemilih dan pemanfaatan media sosial. Hal yang paling signifikan adalah menyampaikan pesan maupun isu-isu politik, dengan menggunakan cara yang dinilai efektif.

Selain itu, pentingnya komunikasi politik tidak hanya terbatas pada periode kampanye. Setelah terpilih, para administrator juga harus terus berkomunikasi dengan pemilih mereka untuk mempertahankan kepercayaan dan dukungan publik. Ini mencakup transparansi dalam Tindakan dan keputusan yang diambil, serta kemampuan untuk merespons secara efektif terhadap isu-isu yang dihadapi masyarakat. Dengan demikian, komunikasi politik yang berkelanjutan menjadi elemen penting dalam mempertahankan stabilitas pemerintah dan legitimasi.

Fahira Fahmi Idris merupakan salah satu perempuan yang mencalonkan dirinya untuk menjadi anggota legislatif DPD RI sejak periode 2014-2019, periode 2019-2004, dan baru-baru ini dirinya memenangkan jumlah suara lagi di Pemilu untuk periode tahun 2024-2029. Selama dirinya melakukan kampanye dan menang suara hingga dapat menjabat sebanyak 3 periode, tentu saja Fahira memiliki tim sukses (Timses) yang memiliki visi, misi dan tujuan yang sama. Serta mempunyai strategi kampanye yang dianggap efektif, khususnya di wilayah Kepulauan Seribu. Fahira Idris dan timsesnya menyebutkan bahwa pendekatan secara langsung dengan masyarakat disana merupakan cara yang paling efektif untuk berkampanye dibanding lewat media sosial.

Studi ini akan mengkaji komunikasi politik dalam kemenangan Fahira Idris sebagai anggota DPD RI, dengan fokus pada pengaruh komunikasi politik terhadap popularitas pemilihannya, hingga dapat menang suara sebanyak 3 periode. Melalui analisis kualitatif terhadap kampanye Fahira Idris dalam Pemilu DPD RI untuk Kepulauan Seribu, studi ini akan mengeksplorasi bagaimana strategi komunikasi politik yang diadopsi dalam mempengaruhi citra publik dan daya pilih. Selain itu, studi ini akan membandingkan efektivitas komunikasi politik melalui media sosial dengan metode komunikasi langsung dalam meningkatkan daya pilih calon anggota legislatif Fahira Idris di Pemilu 2024.

Penelitian sebelumnya yang berjudul “Strategi Komunikasi Politik Tim Sukses Pemenangan Pemilu Anies-Amin dalam Membangun Dukungan Publik melalui Twitter” oleh Mukharomah & Lenggana (2024) meneliti strategi komunikasi politik tim sukses Anies-Amin dalam membangun dukungan publik melalui media sosial, khususnya Twitter. Pendekatan ini mencakup penggunaan empat strategi utama: propaganda dan persuasi, penggunaan media massa, agenda setting dan framing, serta partisipasi dan interaksi publik. Tujuannya adalah untuk meningkatkan keterlibatan audiens melalui komunikasi digital, terutama di platform Twitter. Kendala yang dihadapi termasuk segmen master yang kurang aktif di media sosial serta keterbatasan dana kampanye.

Jika dibandingkan dengan hasil pembahasan mengenai strategi komunikasi Fahira Idris di Kepulauan Seribu, terdapat beberapa perbedaan mendasar. Pertama, strategi Fahira lebih fokus pada interaksi langsung dan keterlibatan personal dengan konstituennya, khususnya komunitas ibu-ibu dan kelompok strategis lokal, seperti Majelis Taklim. Hal ini berbeda dengan pendekatan digital yang diambil oleh tim sukses Anies-Amin, dimana interaksi terjadi lebih banyak di ruang digital dan bukan secara langsung. Kedua, Fahira mengandalkan kehadiran fisik secara konsisten di Kepulauan Seribu, yang membantu membangun ikatan emosional dengan warga, sementara Anies-Amin lebih mengandalkan media sosial untuk membangun dukungan publik.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada bagaimana Fahira Idris memanfaatkan interaksi langsung sebagai alat politik yang efektif, khususnya di daerah yang seringkali terabaikan seperti Kepulauan Seribu. Tidak seperti strategi yang lebih digital dari Anies-Amin, Fahira memilih untuk fokus pada penguatan hubungan emosional melalui kehadiran fisik yang konsisten dan berkelanjutan. Ini menyoroti pentingnya pendekatan tatap muka dan keterlibatan komunitas, khususnya dalam konteks geografis yang menantang, dan menegaskan bahwa strategi komunikasi yang menggabungkan pendekatan langsung dapat lebih efektif dalam membangun loyalitas jangka panjang di kalangan pemilih yang merasa terpinggirkan. Perbedaan ini memberikan kontribusi terhadap kebaruan dalam strategi komunikasi politik dengan menekankan pentingnya kehadiran fisik dalam membangun

hubungan emosional dengan konstituen, sesuatu yang kurang dieksplorasi dalam penelitian sebelumnya yang lebih fokus pada penggunaan media sosial.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh Fahira Idris dan tim suksesnya dalam memenangkan pemilihan anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPD) Republik Indonesia selama tiga periode berturut-turut, dengan fokus khusus pada Pemilu 2024 di Kepulauan Seribu. Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana komunikasi politik yang efektif, khususnya melalui pendekatan langsung kepada masyarakat dibandingkan dengan media sosial, mempengaruhi popularitas dan daya pilih calon. Studi ini juga bertujuan untuk memahami peran komunikasi politik dalam membangun citra publik yang positif serta memperkuat hubungan emosional antara calon dan pemilihnya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru tentang efektivitas berbagai strategi komunikasi politik dalam pemilihan umum, khususnya di wilayah yang terabaikan seperti Kepulauan Seribu, serta memberikan kontribusi praktis bagi para calon dan tim kampanye dalam merancang strategi yang lebih efisien.

Diharapkan bahwa studi ini akan memberikan kontribusi teoritis dan praktis di bidang komunikasi politik, terutama dalam memahami peran media sosial sebagai alat komunikasi yang efektif dalam kampanye politik. Dari sisi teoritis, studi ini akan memperkaya literatur tentang komunikasi politik dan media sosial, serta memberikan wawasan baru tentang bagaimana kedua elemen ini saling berinteraksi dan mempengaruhi hasil pemilihan. Dari sisi praktis, studi ini dapat menjadi panduan bagi calon legislatif dan tim kampanye mereka untuk merancang strategi komunikasi yang lebih efektif dan efisien.

## **METODE**

Secara umum, metodologi diartikan sebagai "a body of methods and rules followed in science or discipline." Sementara itu, metode adalah "a regular systematic plan for or way of doing something." Kata metode sendiri berasal dari bahasa Yunani "methodos" (meta + bodos), yang berarti cara (Webster's New Encyclopedic Dictionary, 1994, hlm. 631). Oleh karena itu, metode penelitian sosial merupakan pendekatan sistematis yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam rangka mengidentifikasi dan menjelaskan fenomena sosial yang sedang diteliti. Dalam ilmu sosial, terdapat dua jenis metode penelitian yang sering digunakan, yaitu kuantitatif dan kualitatif (Tashakkori & Teddlie, 2003).

Metode kualitatif dipengaruhi oleh paradigma naturalistik-interpretatif yang berakar pada pemikiran Weber, perspektif post-positivistik dari kelompok teori kritis, serta aliran post-modernisme yang dikembangkan oleh tokoh-tokoh seperti Baudrillard, Lyotard, dan Derrida (Creswell, 1994). Penelitian kualitatif berfokus pada upaya membangun realitas dan memahami makna di baliknya. Oleh karena itu, pendekatan ini sering menekankan proses, peristiwa, dan keaslian data. Dalam penelitian kualitatif, nilai-nilai peneliti biasanya dinyatakan secara eksplisit dalam konteks terbatas dan melibatkan subjek yang jumlahnya relatif sedikit. Akibatnya, analisis tematik sering digunakan. Peneliti kualitatif biasanya terlibat langsung dalam interaksi dengan realitas yang sedang mereka teliti (Jary & Jary, 1991, 513).

John W. Creswell mengidentifikasi beberapa dimensi asumsi paradigmatis dalam penelitian kualitatif. Dimensi-dimensi ini meliputi ontologi, epistemologi, aksiologi,

retorika, serta pendekatan metodologis. Secara ontologis, peneliti kualitatif melihat realitas sebagai hasil rekonstruksi individu-individu yang terlibat dalam konteks sosial. Dari sisi epistemologi, peneliti kualitatif berinteraksi secara intens dengan realitas yang diteliti. Dalam hal retorika, penelitian kualitatif sering menggunakan bahasa informal dan personal, dengan istilah-istilah seperti "pemahaman", "penemuan", dan "makna". Metodologisnya, pendekatan ini cenderung mengutamakan logika induktif, dimana kategorisasi muncul dari interaksi peneliti dengan informan di lapangan atau berdasarkan data yang ditemukan. Penelitian kualitatif ditandai oleh informasi yang terkait dengan konteks, yang kemudian membentuk pola atau teori untuk menjelaskan fenomena sosial (Creswell, 1994: 4-7).

Terdapat lima jenis metode penelitian kualitatif yang umum digunakan dalam penelitian kualitatif, yaitu: (1) observasi terlibat; (2) analisis percakapan; (3) analisis wacana; (4) analisis isi; dan (5) pengambilan data etnografis. Observasi terlibat melibatkan peneliti kualitatif secara langsung dalam setting sosial, di mana ia mengamati secara relatif "terbuka" berbagai peran subjek yang diteliti (Gubrium et al., 1992: 1577). Analisis percakapan berfokus pada interaksi

dalam percakapan, dengan peneliti yang menganalisis kompetensi komunikasi yang mendasari aktivitas sosial sehari-hari (Gubrium et al., 1992: 1577). Sementara itu, analisis wacana tertarik pada penggunaan bahasa, di mana peneliti memberikan perhatian besar pada praktik dan konteksnya (Gubrium et al., 1992: 1577). Analisis isi (content analysis) meneliti dokumen-dokumen berdasarkan kategori makna yang lebih umum, dan peneliti dapat menganalisis berbagai jenis dokumen, mulai dari surat pribadi hingga catatan sejarah yang lebih luas tentang kepentingan manusia (Gubrium et al., 1992: 1577).

Berdasarkan metode kualitatif yang telah peneliti jelaskan diatas, dalam penelitian ini menerapkan pendekatan deskriptif sebagai teknik pengumpulan datanya. Dengan menggunakan sumber data primer yakni responden dan informan. Responden dan informan memiliki perbedaan. Responden merupakan sumber data mengenai keragaman gejala yang berkaitan dengan perasaan, kebiasaan, sikap, motif, dan persepsi. Sementara itu, informan adalah sumber data yang terkait dengan pihak ketiga, serta informasi mengenai hal-hal yang bersifat institusional atau gejala umum. Secara konteks, peneliti menggunakan narasumber dari tim sukses Anggota Legislatif Fahira Idris yakni Zakiatul Fitria, yang berkontribusi hingga Fahira Idris menang Pemilu sebanyak dua kali periode. Responden ini dipilih berdasarkan kebutuhan peneliti, dipilih dengan sengaja, dan berpotensi besar dalam memberikan penjelasan dan pemahaman mengenai topik penelitian. Peneliti melakukan wawancara bersama narasumber dengan mengajukan beberapa pertanyaan relevan.

Data kualitatif dapat dipilah menjadi tiga jenis (Patton, 1990);

1. Hasil pengamatan: uraian rinci tentang situasi, kejadian, interaksi, dan tingkah laku yang diamati di lapangan.
2. Hasil pembicaraan: kutipan langsung dari pernyataan orang-orang tentang pengalaman, sikap, keyakinan, dan pemikiran mereka dalam kesempatan wawancara mendalam
3. Bahan tertulis: petikan atau keseluruhan dokumen, surat-menyurat, rekaman, dan kasus sejarah.

Berdasarkan ketiga jenis tersebut, penelitian ini menggunakan hasil pembicaraan dari responden tim sukses, serta bahan tertulis yang diperoleh dari buku, artikel atau

jurnal, maupun web online yang relevan dengan topik dan studi kasus penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Strategi Komunikasi Fahira Idris dari Kampanye Pertama hingga Ketiga di Kepulauan Seribu**

Komunikasi, menurut Terry dan Franklin, adalah seni berkomunikasi dan memahami satu sama lain. Komunikasi adalah proses pertukaran informasi dan perasaan di antara dua atau lebih individu, dan sangat penting untuk manajemen yang efektif. (Lubis, 2020). Tujuan utama komunikasi adalah untuk menyampaikan informasi atau pesan dari pengirim ke penerima agar dapat dipahami dengan jelas. Selain itu, komunikasi juga bertujuan untuk membujuk atau meyakinkan, di mana pengirim berusaha memengaruhi pemikiran, sikap, atau perilaku penerima sesuai dengan maksud pesan yang disampaikan. Dalam kehidupan sosial, komunikasi berperan penting untuk membina hubungan, memperlerat ikatan, serta menciptakan keterhubungan emosional antara individu atau kelompok. Di sisi lain, komunikasi bisa bertujuan untuk menghibur, di mana pesan yang disampaikan mengandung unsur humor atau cerita yang membuat audiens merasa senang dan terhibur. Selain itu, komunikasi juga digunakan untuk memberikan instruksi atau perintah yang spesifik, memastikan penerima memahami langkah-langkah yang harus dilakukan. Dalam konteks lain, komunikasi memungkinkan adanya diskusi untuk memecahkan masalah, mengidentifikasi isu, serta menemukan solusi terbaik secara kolaboratif. Tidak jarang, komunikasi digunakan untuk mengklarifikasi atau menjelaskan hal-hal yang mungkin tidak dipahami sepenuhnya oleh penerima, sehingga pesan atau ide menjadi lebih jelas dan tidak menimbulkan salah paham.

Menurut Surbakti (2017: 188), komunikasi politik adalah ketika informasi tentang politik diberikan kepada masyarakat oleh pemerintah dan sebaliknya. Seorang aktor politik harus menggunakan berbagai strategi untuk menyampaikan informasi politik agar menarik simpati dan empati dari khalayak ramai. Dalam bahasa Yunani, kata strategi berasal dari kata *strategos*, yang berarti tentara dan *ego*, yang berarti pemimpin. Satu strategi mencakup rencana atau dasar untuk mencapai tujuan tertentu. Pada dasarnya, strategi adalah cara untuk mencapai tujuan. Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana oleh para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai dengan penyusunan suatu cara atau upaya untuk mencapai tujuan tersebut" (Marrus, 2002). Pendapat lainnya menurut Iman Mulyana (2010:45), adalah ilmu dan seni yang menggunakan kemampuan bersama sumberdaya dan lingkungan secara efektif. Terdapat empat komponen penting dalam definisi strategi: kemampuan, sumberdaya, lingkungan, dan tujuan. Empat komponen ini disatukan secara rasional dan indah sehingga muncul beberapa pilihan, yang kemudian dievaluasi dan dipilih yang terbaik, dan kemudian hasilnya diumumkan secara tertulis sebagai hasil. Strategi tidak dapat dilepaskan dari struktur, tingkah laku, dan kebudayaan tempat proses terjadi. Namun, proses yang ada memiliki dua komponen penting yang saling terkait. Aspek-aspek ini diperlukan untuk tujuan analisis. Perumusan (*formulation*) dan pelaksanaan (*implementation*) adalah komponen yang dimaksud. (Andrew, 2015:25)

Menurut Pito dan rekan-rekan dalam Siregar dkk (2009: 210-213), terdapat empat strategi dalam komunikasi politik yang dapat digunakan oleh aktor-aktor politik:

1. Strategi Penguatan (*Reinforcement strategy*): Strategi ini digunakan oleh kontestan yang sudah memiliki citra tertentu dan berhasil mempertahankan citra tersebut melalui kinerja politiknya dalam jabatan yang diemban.
2. Strategi Rasionalisasi (*Rationalization strategy*): Strategi ini ditujukan kepada kelompok pemilih yang sebelumnya memilih kandidat tertentu karena citra positifnya, namun belakangan kinerja kandidat tersebut tidak sesuai dengan harapan. Strategi ini bertujuan untuk mengubah sikap pemilih dengan pendekatan yang hati-hati.
3. Strategi Bujukan (*Inducement strategy*): Strategi ini digunakan oleh kandidat yang dianggap memiliki citra tertentu tetapi juga menunjukkan kinerja atau atribut yang dapat disesuaikan dengan citra yang lain.
4. Strategi Konfrontasi (*Confrontation strategy*): Strategi ini diterapkan kepada pemilih yang sebelumnya memilih kandidat dengan citra tertentu, namun belakangan merasa tidak puas dengan kinerja kandidat tersebut.

Secara sederhana, strategi dapat diartikan sebagai suatu bentuk perencanaan. Dalam konteks politik, strategi komunikasi politik adalah proses perencanaan yang digunakan oleh partai politik atau aktor politik untuk mencapai tujuan tertentu. Pemilihan strategi politik oleh partai atau aktor politik memainkan peran penting dalam menentukan keberhasilan mereka dalam memenangkan persaingan politik, khususnya dalam konteks pemilihan umum.

Strategi komunikasi politik Fahira Idris dalam tiga kampanye berturut-turut di Kepulauan Seribu dapat dikategorikan sebagai pendekatan yang fokus pada keterlibatan langsung dengan masyarakat, terutama komunitas ibu-ibu dan kelompok strategis di wilayah tersebut. Dari kampanye pertama pada tahun 2014 hingga kampanye ketiga pada 2024, Fahira secara konsisten menargetkan kelompok ibu-ibu, terutama yang aktif di Majelis Taklim dan Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK). Strategi ini sangat efektif karena komunitas-komunitas ini memainkan peran kunci dalam kehidupan sosial dan religius masyarakat Kepulauan Seribu. Para pemimpin dan anggota Majelis Taklim sering kali menjadi rujukan dalam keputusan politik masyarakat. Fahira memahami dinamika ini dan menjalin hubungan yang erat dengan para ustazah dan ketua majelis. Melalui kegiatan seperti pengajian dan arisan, Fahira berhasil mempengaruhi pandangan dan pilihan politik masyarakat, di mana rekomendasi para ustazah sering kali diikuti oleh anggotanya. Melalui wawancara bersama staf ahli dari Fahira Idris, Zakiatul Fitria, S.IP, kami mendapatkan jawaban seperti berikut ini.

“Misalkan dari 2019 sama 2024 ini yang paling banyak kita targetkan itu pokoknya ibu-ibu dari Majelis Taklim. Aku nggak tahu ya kenapa Majelis Taklim itu sangat berpengaruh besar juga di masyarakat, benar-benar kuat gitu mereka kayaknya kalau udah yakin sama satu orang itu kayak teguh gitu apalagi kalau kita sudah bisa mengambil hati ketua majelisnya atau ustazahnya lah. Ustazahnya ngomong apa itu diikuti kayak memilih siapa ini siapa itu diikuti, jadi kita selalu nargetin mereka”, jelas Zakiatul.

Keberhasilan strategi Fahira tidak hanya bergantung pada siapa yang dia targetkan, tetapi juga bagaimana ia mendekati konstituennya. Salah satu kunci suksesnya adalah kehadiran fisik yang rutin di Pulau Seribu. Fahira memahami bahwa masyarakat Kepulauan Seribu sering merasa terabaikan oleh pemerintah pusat Jakarta, karena lokasi geografis yang jauh dan terbatasnya akses terhadap layanan dan perhatian yang diberikan kepada mereka. Untuk mengatasi ini, Fahira tidak hanya datang selama masa kampanye,

tetapi juga secara konsisten mengunjungi mereka sepanjang tahun, bahkan menginap di pulau tersebut. Ini memberikan pesan kuat kepada masyarakat bahwa Fahira peduli dan memahami kehidupan mereka secara langsung. Kehadirannya yang rutin juga memperkuat ikatan emosional dengan warga, yang merasa dihargai dan diperhatikan oleh calon wakil mereka. Tidak mengherankan jika Fahira berhasil unggul di Pulau Seribu dalam tiga periode berturut-turut, karena dia adalah salah satu dari sedikit politisi yang secara nyata menunjukkan kehadiran dan komitmen kepada mereka.

“....Dari segi DPD yang paling sering berkunjung adalah Bu Fahira terus juga Bu Fahira itu bukan tipe orang PP (Pulang-Pergi) dia bisa nginep sehari atau maksimal dua hari. Malam-malamnya mereka ngobrol (Bu fahira dan warga kepulauan seribu) event ada anggota DPD yang datang itu pasti mereka PP, sedangkan Bu Fahira itu mostly dia nginep semalam atau dua malam. Jadi, benar-benar kayak diperhatiin banget tuh sampai mau loh nginep di sini, sedangkan keadaan pulau seribu dulu tuh jarang ada penginapan yang pakai AC, klosetnya mungkin masih kloset-kloset yang biasa terus habis itu dengan kondisi airnya yang masih air laut mungkin disitu kali ya orang-orang di Kepulauan Seribu itu merasa terikat gitu ke Ibu Fahira”, ujar Zakiatul.

Lebih jauh lagi, Fahira membentuk organisasi massa (ormas) yang mendukung kiprah politiknya, yakni Bang Japar (Kebangkitan Jawara dan Pengacara), yang dibentuk pada tahun 2017. Ormas ini tidak hanya mendukung aktivitas kampanye politik Fahira, tetapi juga memberikan layanan konkret kepada masyarakat, seperti bantuan hukum melalui Lembaga Bantuan Hukum (LBH) yang fokus pada isu-isu perempuan dan anak. Ormas ini juga terlibat dalam menjaga keamanan lokal, terutama selama pemilu atau kegiatan penting lainnya. Dengan adanya Bang Japar, Fahira berhasil menciptakan jaringan pendukung yang solid, tidak hanya di Pulau Seribu, tetapi juga di seluruh Jakarta. Keterlibatan Bang Japar dalam urusan masyarakat sehari-hari, seperti membantu nelayan dan UMKM, memperkuat kesan bahwa Fahira dan organisasinya benar-benar peduli pada kesejahteraan masyarakat, bukan hanya mencari dukungan politik saat kampanye.

Selain pendekatan melalui ormas, Fahira juga menggunakan strategi personal branding yang kuat. Salah satu elemen penting dalam kampanyenya adalah tampilan yang konsisten. Sejak tahun 2019, Fahira mulai menggunakan pakaian dinas lapangan (PDL) yang mencolok dengan warna-warna seperti hijau, kuning, dan merah. Pilihan ini bukan hanya soal penampilan, tetapi juga merupakan simbol dari dedikasi dan keterlibatannya di lapangan. Sebelum itu, ia lebih sering menggunakan pakaian gamis, namun perubahan ini mencerminkan transformasi dirinya sebagai politisi yang semakin aktif turun ke masyarakat. Meskipun tampilan visualnya sederhana, dengan hijab dan pakaian yang sama dari tahun ke tahun, hal ini justru memperkuat citranya di mata pemilih. Warga mengenali dan mengingat Fahira dengan mudah karena gaya berpakaian yang tidak berubah ini, memberikan kesan konsistensi dan kesederhanaan.

“Mulai dari 2016 sampai 2019 itu dia masih pakai gamis. Nah, mulai dari 2019 sampai 2024 kemarin dia itu selalu pakai PDL yang satu set cuma beda-beda warna, hijau, kuning, merah, biru,” jelasnya.

Fahira juga memahami pentingnya kolaborasi dengan pemerintah dan sektor swasta untuk memperkuat program-program kampanyenya. Ia bekerja sama dengan berbagai dinas seperti Dinas Kesehatan, Dinas Perhubungan, dan Dinas Sosial, untuk memberikan pelatihan dan penyuluhan kepada masyarakat di Pulau Seribu. Misalnya, ia bekerja sama



dengan dinas kesehatan untuk memberikan penyuluhan kesehatan dan bantuan fasilitas medis, serta bekerja sama dengan dinas perhubungan dalam menyediakan akses kapal ambulans untuk masyarakat pulau yang membutuhkan rujukan medis ke Jakarta. Kolaborasi ini tidak hanya menunjukkan bahwa Fahira mampu mendayagunakan sumber daya pemerintah untuk kepentingan masyarakat, tetapi juga menciptakan kesan bahwa ia adalah seorang pemimpin yang bekerja secara efektif dalam mengatasi masalah konkret yang dihadapi masyarakat.

Namun, di tengah strategi kampanye yang sangat fokus pada interaksi langsung dan jaringan lokal, Fahira tidak terlalu mengandalkan media sosial sebagai alat kampanye utama. Meskipun ia memiliki banyak pengikut di platform seperti Instagram, Twitter, dan TikTok, media sosial lebih digunakan sebagai sarana untuk melaporkan kegiatan dan memelihara hubungan dengan masyarakat yang ingin mengetahui aktivitasnya. Tim kampanye Fahira tidak menganggap media sosial sebagai sarana utama untuk menjaring suara, karena sebagian besar basis pendukungnya, seperti ibu-ibu Majelis Taklim dan masyarakat di Pulau Seribu, lebih mengutamakan interaksi langsung daripada kampanye online.

Terlepas dari semua kelebihannya, Fahira sempat mengalami masa sulit pada kampanye 2019, di mana ia turun ke posisi ketiga dalam pemilihan anggota DPD setelah menduduki peringkat pertama pada 2014. Hal ini disebabkan oleh kesibukannya di internal lembaga sebagai Ketua Komite III yang mengurus bidang pendidikan dan kesehatan. Waktunya lebih banyak tersita untuk tugas-tugas di Senayan, sehingga tidak bisa turun ke lapangan sebanyak yang ia lakukan sebelumnya. Namun, setelah menyadari pentingnya maintenance hubungan dengan konstituen, Fahira kembali fokus untuk terjun langsung ke masyarakat, terutama di Pulau Seribu, dan berhasil meraih peringkat pertama kembali pada pemilu 2024.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi Fahira Idris dari kampanye pertama hingga ketiga di Kepulauan Seribu berhasil karena pendekatannya yang konsisten dan personal. Dia fokus pada interaksi langsung, membangun jaringan melalui ormas, memanfaatkan kolaborasi dengan pemerintah, dan menjaga personal branding yang kuat. Semua ini membantunya mempertahankan kepercayaan masyarakat selama tiga periode berturut-turut, bahkan di wilayah yang sering merasa terpinggirkan seperti Kepulauan Seribu.

Strategi komunikasi Fahira Idris dalam kampanyenya di Kepulauan Seribu dari kampanye pertama hingga ketiga dapat dilihat dari pendekatan yang konsisten, terutama terhadap kelompok ibu-ibu dan komunitas setempat.

“Strategi komunikasi Bu Fahira dari kampanye pertama di 2014 hingga yang terbaru di 2024 itu terus berkembang, terutama dalam hal segmentasi pemilih. Di awal, dia memulai dengan gerakan sosial, seperti anti-miras, hal itu membangun citra dirinya sebagai figur yang peduli pada generasi muda dan kesehatan masyarakat. Sejak 2014, Fahira sangat fokus pada kelompok ibu-ibu sebagai target utama karena kekuatan mereka dalam membangun komunitas yang solid. Bahkan, di setiap periode kampanyenya, Fahira selalu berhasil menarik perhatian kelompok ini, khususnya ibu-ibu di Majelis Taklim. Mereka memiliki pengaruh yang kuat, terutama jika Fahira berhasil mendapatkan dukungan dari pemimpin atau ustazah Majelis Taklim tersebut. Ustazah sering kali menjadi figur sentral yang sangat dihormati oleh komunitasnya, dan jika mereka mendukung Fahira, biasanya pengikut mereka juga akan ikut mendukung. Selain itu,

dalam setiap kampanye, Fahira juga memperluas ormas yang dibentuknya, seperti "Bang Japar" yang diresmikan pada 2017, yang merepresentasikan kebangkitan jawara dan pengacara. Ini adalah salah satu bentuk upaya untuk menjangkau lebih banyak pemilih dengan pendekatan berbasis komunitas yang relevan dengan situasi sosial-politik saat itu", ungkap Zakiatul.

### **Penanganan Tantangan Geografis dan Isu-isu Lokal dalam Kemenangan Fahira Idris Berturut-turut di Kepulauan Seribu**

Tantangan geografis dalam menyampaikan komunikasi politik berkaitan erat dengan luasnya wilayah, kondisi geografis, serta keragaman budaya di suatu negara. Di negara dengan wilayah yang luas dan beragam, seperti Indonesia, penyampaian pesan politik tidak selalu merata karena perbedaan akses dan infrastruktur. Daerah-daerah terpencil atau terisolasi mungkin mengalami keterbatasan dalam akses internet, listrik, serta transportasi, yang membuat pesan politik sulit untuk tersampaikan secara efektif. Selain itu, perbedaan bahasa dan budaya di setiap wilayah menambah kompleksitas dalam penyampaian pesan. Setiap daerah memiliki karakteristik budaya dan bahasa yang unik, sehingga pesan politik perlu disesuaikan agar sesuai dengan konteks setempat dan tidak menimbulkan salah tafsir. Hal ini menuntut komunikasi politik untuk tidak hanya memperhatikan aspek bahasa, tetapi juga pemahaman budaya setempat agar dapat menjangkau berbagai kelompok masyarakat di wilayah yang beragam.

Karakteristik komunikasi yang berbeda ini menjadikan faktor-faktor pembentuk kebijakan komunikasi yang perlu disesuaikan di setiap daerah. Salah satu faktor penting adalah kedekatan suatu daerah dengan pusat kota, yang berperan sebagai pusat informasi dengan aktivitas yang tinggi, sehingga daerah di sekitarnya lebih mudah menerima dan menyebarkan informasi dari pusat kota. Selain itu, pusat-pusat kegiatan manusia, seperti pusat perdagangan, pemerintahan, dan rekreasi, juga mendukung interaksi sosial yang intensif, yang memungkinkan pertukaran pesan secara langsung antara individu atau kelompok. Hal ini menyebabkan daerah yang dekat dengan pusat kegiatan lebih cepat mengalami perubahan sosial dan peningkatan kesejahteraan. Faktor lain adalah jarak dari pusat-pusat pelayanan sosial, seperti kesehatan dan pendidikan. Pusat-pusat ini menjadi tempat pertemuan manusia dengan motivasi yang berbeda, namun tetap mendukung komunikasi intensif. Lembaga pendidikan, khususnya, merupakan sumber informasi berkualitas yang mendukung kemajuan masyarakat. Karena itu, daerah dengan banyak institusi pendidikan memiliki akses informasi yang lebih baik, memudahkan mereka untuk menerima inovasi. Faktor terakhir adalah aksesibilitas wilayah. Daerah dengan jaringan jalan yang baik dan mudah dijangkau memiliki arus lalu lintas yang lancar, yang membawa bukan hanya barang, tetapi juga informasi. Dengan aksesibilitas tinggi, daerah tersebut cenderung berkembang lebih cepat dibandingkan daerah dengan aksesibilitas terbatas. (Bambang, 2007)

Kepulauan Seribu, yang terletak cukup jauh dari pusat kota Jakarta, menghadapi berbagai kendala, terutama dalam hal aksesibilitas. Pulau-pulau yang tersebar luas dan kondisi geografis yang menantang membuat wilayah ini sulit dijangkau. Tidak jarang politisi enggan mengalokasikan waktu, tenaga, dan sumber daya untuk berkampanye di Kepulauan Seribu. Banyak yang beranggapan bahwa wilayah ini tidak signifikan dalam hal jumlah suara dibandingkan dengan daerah lain di DKI Jakarta, dan tingginya biaya transportasi menambah hambatan bagi mereka yang ingin terjun ke sana. Namun, Fahira

Idris melihat situasi ini dari sudut pandang yang berbeda. Alih-alih menganggap Kepulauan Seribu sebagai beban, ia melihatnya sebagai peluang besar untuk menciptakan hubungan yang lebih erat dan mendalam dengan masyarakat disana. Dalam pandangan Fahira, keberadaan yang konsisten di wilayah ini tidak hanya sekedar upaya mencari suara, tetapi juga wujud dari komitmennya untuk mendengarkan dan merespon kebutuhan masyarakat lokal. Fahira memahami bahwa meskipun secara kuantitatif suara dari Kepulauan Seribu mungkin kecil dibandingkan wilayah Jakarta lainnya, kehadirannya secara langsung disana memberikan dampak yang jauh lebih berarti. Hal ini dijelaskan dalam wawancaranya, di mana Fahira tetap berkomitmen untuk hadir meskipun banyak politisi lain mengabaikan wilayah tersebut.

“Kepulauan Seribu itu sering dianggap tidak signifikan, apalagi ongkos ke sana tinggi dan jumlah suaranya kecil dibandingkan wilayah lain. Banyak yang berpikir, ‘kenapa harus fokus ke sana kalau di wilayah lain suara lebih banyak?’ Tapi Fahira tetap datang ke sana, bahkan konsisten peduli terhadap masyarakat lokal”, ujar Zakiatul Fitria selaku tim suksesnya selama 2 periode, khususnya saat melakukan kampanye politik.

Pendekatan Fahira yang personal dan konsisten adalah salah satu faktor kunci dari keberhasilannya di Kepulauan Seribu. Dalam dunia politik, sangat jarang ada politisi yang menunjukkan komitmen yang kuat seperti ini. Berbeda dengan politisi lain yang biasanya hanya muncul saat musim kampanye, Fahira Idris secara rutin mengunjungi Kepulauan Seribu di luar momen-momen elektoral. Kehadirannya tidak hanya berfokus pada agenda politik, tetapi juga membina hubungan yang lebih erat dengan masyarakat setempat. Melalui pertemuan langsung dan mendengarkan keluhan serta aspirasi warga, Fahira menunjukkan kepeduliannya yang tulus. Masyarakat Kepulauan Seribu pun merasakan bahwa mereka diperhatikan.

Zakiatul Fitria mengungkapkan "Fahira rajin banget ke Kepulauan Seribu. Orang-orang di sana merasa sangat diperhatikan karena jarang ada politisi yang begitu. Dia selalu datang, dengar aspirasi masyarakat, dan bukan hanya datang untuk kampanye, tapi juga untuk menyelesaikan masalah sehari-hari mereka”.

Kehadiran Fahira yang berkelanjutan, bahkan di luar musim kampanye, membantu membangun kepercayaan dan loyalitas yang kuat dari masyarakat. Pendekatan ini tidak hanya berfungsi untuk mendapatkan suara, tetapi juga menciptakan hubungan yang lebih emosional dan jangka panjang. Warga merasa bahwa Fahira bukan sekedar politisi yang datang untuk mengambil keuntungan sesaat, tetapi sebagai seseorang yang benar-benar peduli terhadap masalah mereka sehari-hari. Salah satu bentuk kepedulian Fahira yang nyata terlihat dari upayanya menyediakan layanan sosial yang tanggap terhadap kebutuhan masyarakat di Kepulauan Seribu. Salah satu masalah terbesar yang dihadapi oleh warga di wilayah ini adalah akses terbatas ke layanan kesehatan. Karena jarak yang jauh dari fasilitas medis di daratan, banyak warga yang mengalami kesulitan untuk mendapatkan perawatan yang memadai. Fahira menyadari masalah ini dan meresponsnya dengan menyediakan ambulans gratis yang dapat digunakan oleh warga Kepulauan Seribu untuk dirujuk ke Jakarta. Selain itu, ia juga membangun "Rumah Aspirasi," tempat singgah bagi keluarga pasien yang harus dirawat di Jakarta, sehingga mereka tidak perlu khawatir tentang tempat tinggal selama perawatan berlangsung.

“Bu Fahira benar-benar peduli sama masalah kesehatan. Kalau ada warga Kepulauan Seribu yang butuh dirujuk ke Jakarta, kami bantu. Ada ambulans, dan bahkan kalau

keluarga pasien butuh tempat menginap, kami sediakan rumah aspirasi di Jakarta”, kata Zakiatul Fitria.

Dengan menyediakan solusi konkret untuk masalah yang dihadapi oleh warga, Fahira menunjukkan bahwa kehadirannya di Kepulauan Seribu bukan hanya simbolis, tetapi juga memiliki dampak nyata yang dirasakan oleh masyarakat. Bantuan seperti ini membuat Fahira semakin dihargai oleh pemilih di sana, yang merasakan langsung manfaat dari dukungannya. Di samping upayanya secara langsung, Fahira juga memanfaatkan media sosial untuk memperkuat komunikasi dengan masyarakat Kepulauan Seribu. Meskipun wilayah ini mungkin tidak memiliki tingkat penetrasi media sosial setinggi daerah lain, Fahira tetap aktif dalam menjaga komunikasi melalui berbagai platform digital. Kehadirannya di media sosial berfungsi sebagai alat untuk memperlihatkan kinerjanya dan memastikan bahwa warga dapat mengikuti perkembangan program-program yang ia jalankan.

“Kami nggak terlalu berharap banyak dari media sosial, tapi itu penting untuk maintenance, jadi orang bisa lihat apa yang sudah kami lakukan. Ibu Fahira juga sangat aktif datang langsung ke masyarakat, jadi kami tetap prioritaskan itu.”

Melalui media sosial, Fahira tidak hanya menyampaikan aktivitas dan program-programnya, tetapi juga menjaga transparansi dan akuntabilitas kepada pemilih. Namun, meskipun media sosial berperan penting, Fahira tetap menempatkan interaksi personal sebagai prioritas utama dalam membangun hubungan dengan masyarakat. Keberhasilan Fahira Idris di Kepulauan Seribu adalah hasil dari kombinasi pendekatan yang sangat personal, komitmen yang konsisten, serta kemampuan untuk memahami dan menangani masalah-masalah lokal secara langsung. Kunci kesuksesannya terletak pada dedikasinya yang kuat untuk hadir di tengah masyarakat, mendengarkan keluhan mereka, dan memberikan solusi nyata yang bisa dirasakan langsung. Dengan pendekatan seperti ini, Fahira tidak hanya berhasil memenangkan suara, tetapi juga membangun loyalitas yang kokoh dari masyarakat Kepulauan Seribu yang merasa sangat dihargai dan didukung.

## **KESIMPULAN**

Keberhasilan strategi komunikasi politik Fahira Idris dalam kampanye pemilihan anggota DPD RI di Kepulauan Seribu. Melalui pendekatan yang berfokus pada keterlibatan langsung dengan masyarakat, Fahira mampu membangun ikatan emosional yang kuat dengan konstituennya. Kehadiran fisiknya yang konsisten di daerah tersebut menegaskan komitmennya untuk memahami dan memperhatikan kebutuhan masyarakat yang seringkali terabaikan. Strategi komunikasi yang diterapkan tidak hanya sekedar alat untuk meraih suara, tetapi juga menciptakan jaringan dukungan yang solid melalui organisasi massa, seperti Bang Japar. Keterlibatan organisasi ini dalam kegiatan sehari-hari masyarakat memperkuat persepsi bahwa Fahira adalah sosok yang peduli dan responsif terhadap tantangan yang dihadapi komunitas. Selain itu, Fahira berhasil mengelola citra publiknya dengan cara yang konsisten dan simbolis. Pilihan gaya berpakaian yang mencolok mencerminkan dedikasi dan keseriusannya dalam menjalankan tugas sebagai wakil rakyat. Walaupun memanfaatkan media sosial sebagai saluran komunikasi, fokus utamanya tetap pada interaksi langsung, yang terbukti lebih efektif dalam konteks lokal.

Kesuksesan Fahira dalam tiga periode berturut-turut menunjukkan bahwa komunikasi politik yang berkelanjutan dan personal sangat penting dalam membangun dukungan jangka panjang. Pendekatan ini memberikan wawasan berharga tentang bagaimana seorang politisi dapat beradaptasi dengan konteks sosial dan budaya yang spesifik, sekaligus menegaskan pentingnya kehadiran fisik dalam menciptakan legitimasi dan stabilitas di tengah masyarakat yang merasa terpinggirkan. Kemungkinan penerapan atau pengembangan penelitian ini dapat dilakukan dengan memperluas cakupan studi pada strategi komunikasi politisi lain di berbagai daerah, serta membandingkan efektivitas pendekatan tatap muka dan digital di konteks yang berbeda. Penelitian lebih lanjut dapat mengeksplorasi dampak dari komunikasi politik yang berkelanjutan setelah pemilihan, serta bagaimana hal ini mempengaruhi kepuasan dan kepercayaan publik terhadap wakil rakyat. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah untuk melakukan analisis yang lebih mendalam mengenai dinamika komunikasi di daerah yang terpinggirkan, serta mengeksplorasi peran media sosial dalam mendukung komunikasi langsung. Hal ini dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang interaksi antara politisi dan konstituen di era digital saat ini. Penelitian yang lebih luas dan variatif diharapkan dapat membantu mengidentifikasi praktik terbaik dalam komunikasi politik, serta kontribusinya terhadap demokrasi di Indonesia.

## **KESIMPULAN**

### **Buku**

- Creswell, John W. 1994. *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches*. California: Sage Publications, Inc.
- Dubrin, A. J. (2005). *Leadership* (Terjemahan), Edisi Kedua. Jakarta: Prenada Media.
- Gubrium, Jaber F and James A. Holstein, 1992. "Qualitative Methods", dalam *Encyclopedia of Sociology*, Vol. 3. New York: Macmillan Publishing Company
- Jary, D., & Jary, J. (1991). *The HarperCollins dictionary of sociology*. HarperPerennial. <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=24180>
- Mulyana, I. (2010). *Manajemen dan kehidupan manusia*. Iman Mulyana.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative evaluation methods* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Tashakkori, A., & Teddlie, C. (Eds.). (2003). *Handbook Of mixed methods in social & behavioral research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Webster's New Encyclopedic Dictionary. 1994. New York: Black Dog and Leventhal Publ. Inc.

### **Jurnal**

- Agusta, I. (2003). Teknik pengumpulan dan analisis data kualitatif. *Pusat Penelitian Sosial Ekonomi*.
- Hadi, B. S. (2007). URGENSI DIMENSI FAKTOR GEOGRAFIS DALAM PENENTUAN KEBIJAKAN KOMUNIKASI DAN INFORMASI. *Geomedia: Majalah Ilmiah dan Informasi Kegeografian*, 5(1).
- Litbang Pertanian, Bogor*, 27(10), 179-188.
- Lubis, M. S. I. (2020). Komunikasi Antarpribadi Guru Dan Siswa Dalam Mencegah Kenakalan Remaja.
- MEDAN. Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, dan Humaniora*, 7(1), 280-287.
- Network Media*, 3(1), 95-101.
- Pito, T. A., IP, S., Efriza, S., Fasyah, K., & IP, S. (2022). Mengenal teori-teori politik: dari sistem

- politik sampai korupsi. Nuansa Cendekia.
- Siregar, A. B., Rudianto, R., & Ginting, R. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PARTAI KEADILAN SEJAHTERA DALAM MENINGKATKAN ELEKTABILITAS PADA PILKADA 2020 DI KOTA
- Somantri, G. R. (2005). Memahami metode kualitatif. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 9(2), 57-65. <https://doi.org/10.7454/mssh.v9i2.122>