



SUDIAR'S POLITICAL COMMUNICATION STRATEGY IN WINNING THE 2024 SOUTH TANGERANG CITY LEGISLATIVE ELECTION

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK SUDIAR DALAM PEMENANGAN PEMILIHAN LEGISLATIF KOTA TANGERANG SELATAN 2024

**Canda Della Agustia Disy¹, Eka Rahayu², Putri Salsadila³, Salwa Adina Zafira⁴,
Muhammad Prakoso Aji⁵**

Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

E-mail: 2410413006@mahasiswa.upnvj.ac.id¹, 2410413019@mahasiswa.upnvj.ac.id²,
2410413021@mahasiswa.upnvj.ac.id³, 2410413036@mahasiswa.upnvj.ac.id⁴,
prakosoaji@upnvj.ac.id⁵

ARTICLE INFO

Correspondent

Canda Della Agustia Disy
2410413006@mahasiswa.
upnvj.ac.id

Key words:

**Political
Communication, PKB,
Sudiar, South Tangerang**

Website:

<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

Page: 738 - 748

ABSTRACT

This study aims to analyze the political communication strategy implemented by Sudiar in winning the 2024 Legislative Election in South Tangerang City. The research focuses on understanding how the communication strategy was designed, implemented, and influenced by various factors. This study employs a qualitative method through literature review and in-depth interviews with Sudiar as the main informant. The theoretical framework is based on Nimmo's political communication theory, McQuail's mass communication theory, and Shea's grassroots campaign concept. The findings reveal that Sudiar combined a grassroots-based face-to-face approach with the use of social media to expand communication reach and strengthen his political image. The direct approach built emotional closeness with the community, while digital media was used to engage younger voters and maintain a consistent public image. Internal factors such as political experience, social networks, and interpersonal communication skills served as key strengths, whereas external factors like social diversity and time limitations were managed through selective and efficient strategies. This case study demonstrates that the integration of direct and digital communication was the key to Sudiar's success in increasing voter support and strengthening political legitimacy in the 2024 Legislative Election.

Copyright © 2025 JSER. All rights reserved.

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Koresponden Canda Della Agustia Disy 2410413006@mahasiswa. upnvj.ac.id Kata kunci: <i>Komunikasi Politik, PKB, Sudiar, Tangerang Selatan</i> Website: https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER Hal: 738 - 748	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh Sudiar dalam kemenangan Pemilihan Legislatif Kota Tangerang Selatan tahun 2024. Fokus penelitian ini adalah memahami bagaimana strategi komunikasi dirancang, diimplementasikan, serta faktor-faktor yang memengaruhi efektivitasnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka dan wawancara mendalam terhadap Sudiar sebagai informan utama. Kerangka teoritis mengacu pada teori komunikasi politik Nimmo, teori komunikasi massa McQuail, dan konsep grassroots campaign Shea. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sudiar mengombinasikan strategi tatap muka berbasis akar rumput dengan pemanfaatan media sosial untuk memperluas jangkauan komunikasi dan memperkuat citra politiknya. Pendekatan tatap muka berperan dalam membangun kedekatan emosional dengan masyarakat, sedangkan media sosial digunakan untuk menjangkau pemilih muda dan menjaga konsistensi citra publik. Faktor internal seperti pengalaman politik, jaringan sosial, dan kemampuan komunikasi interpersonal menjadi kekuatan utama, sementara faktor eksternal seperti keragaman sosial dan keterbatasan waktu diatasi melalui strategi selektif dan efisien. Studi kasus ini menegaskan bahwa integrasi komunikasi langsung dan digital menjadi kunci keberhasilan Sudiar dalam meningkatkan perolehan suara dan legitimasi politik pada Pemilu Legislatif 2024. <i>Copyright © 2025 JSER. All rights reserved.</i>

PENDAHULUAN

Pemilihan umum (Pemilu) merupakan salah satu pilar utama dalam sistem demokrasi karena menjadi mekanisme akumulasi kehendak masyarakat sekaligus prosedur yang sah untuk memilih pemimpin. Dalam konteks negara demokrasi modern, Pemilu diyakini sebagai cara paling aman untuk melakukan pergantian kekuasaan (suksesi) dibandingkan dengan mekanisme lain yang berpotensi menimbulkan instabilitas (Emilio Sardini 2011).

Pemilu legislatif secara khusus berfungsi untuk menyalurkan suara rakyat dalam pembentukan lembaga legislatif yang bertugas membuat kebijakan negara, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Dasar 1945 (Salim and Sitabuana 2024). Oleh karena itu, strategi komunikasi politik dalam penyelenggaraan Pemilu legislatif menjadi aspek penting untuk menjamin keterwakilan yang adil, transparan, dan demokratis.

Pada Pemilu 2024, Komisi Pemilihan Umum (KPU) Republik Indonesia menetapkan sebanyak 17 partai politik lolos verifikasi faktual dan berhak menjadi peserta Pemilu. Dari hasil perolehan suara nasional, delapan partai politik berhasil menembus ambang batas parlemen dan memperoleh kursi di DPR RI, yaitu PDI Perjuangan, Golkar, Gerindra, PKB, Nasdem, PKS, Demokrat, dan PAN.

Berdasarkan PKBNEWS Jumlah suara sah nasional mencapai 151.796.630 suara yang tersebar di 38 provinsi dan 128 wilayah luar negeri. Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) secara khusus memperoleh 16.115.655 suara atau 10,62 persen, meningkat 0,93 persen dibandingkan Pemilu 2019 yang memperoleh 13.570.097 suara atau 9,69 persen. Data ini menunjukkan adanya dinamika elektoral yang tidak terlepas dari strategi komunikasi politik yang dijalankan oleh masing-masing partai dalam meraih dukungan publik.

Fenomena meningkatnya suara PKB di tingkat nasional juga tercermin dalam dinamika politik lokal. Dalam konteks lokal, Kota Tangerang Selatan menjadi salah satu daerah perkotaan yang strategis di Provinsi Banten karena memiliki jumlah pemilih besar, tingkat heterogenitas masyarakat yang tinggi, serta kedekatannya dengan pusat pemerintahan nasional di Jakarta. Hal ini membuat persaingan politik di wilayah ini selalu ketat, termasuk dalam pemilihan legislatif.

Salah satu tokoh yang berhasil memenangkan kursi DPRD Kota Tangerang Selatan pada Pemilu 2024 adalah Sudiar, S.T., M.M. Sudiar, S.T., M.M. merupakan anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kota Tangerang Selatan dari Partai Kebangkitan Bangsa (PKB). Ia terpilih pertama kali sebagai anggota DPRD pada periode 2019-2024, mewakili Daerah Pemilihan (Dapil) 6 Kecamatan Ciputat Timur. Pada periode pertamanya tersebut, Sudiar berhasil memperoleh 3.164 suara sah dan menempati urutan ke-4 perolehan suara di dapilnya.

Keberhasilan itu kembali berlanjut pada Pemilu Legislatif 2024, di mana ia kembali memperoleh kepercayaan masyarakat untuk menjabat pada periode 2024-2029 dari dapil yang sama, dengan perolehan suara yang meningkat signifikan menjadi 6.155 suara sah, menempati urutan ke-5. Peningkatan jumlah suara hampir dua kali lipat ini menunjukkan adanya penguatan dukungan dan kepercayaan publik terhadap dirinya sebagai wakil rakyat.

Sudiar menyebut bahwa Pemilu 2024 merupakan periode keduanya di DPRD Kota Tangerang Selatan, sekaligus menjadi bentuk kepercayaan masyarakat terhadap kiprahnya selama menjabat. Ia berasal dari Fraksi Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) dan mewakili enam kelurahan di Kecamatan Ciputat Timur, yakni Rempoa, Rengas, Pondok Kranji, Cempaka Putih, Pisangan, dan Cirendeu Dengan latar belakang pendidikan sarjana teknik (S.T.) dan magister manajemen (M.M.), Sudiar dikenal sebagai figur legislatif yang memiliki kedekatan dengan masyarakat serta komitmen dalam memperjuangkan aspirasi warga di wilayah pemilihannya.

Untuk memahami strategi komunikasi politik yang digunakan Sudiar, penting untuk melihat penelitian-penelitian sebelumnya yang membahas strategi kemenangan pemilu di berbagai konteks. Terdapat beberapa penelitian mengenai strategi politik partai. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Clarisa Arfiandani (2022) yang berjudul Strategi Kemenangan Kampanye Politik Pasangan Benyamin Davnie dan Pilar Saga Ichsan dalam Pilkada Tangerang Selatan Tahun 2020. (Clarisa Arfiandani 2022), melakukan analisis terhadap strategi komunikasi politik yang digunakan dalam kampanye pasangan tersebut, terutama melalui segmentasi, branding, dan positioning. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan memanfaatkan data primer melalui wawancara dan data sekunder berupa dokumen resmi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan pasangan Benyamin-Davnie dipengaruhi oleh rekam jejak kepemimpinan Benyamin Davnie sebagai Wakil Walikota dua periode, yang kemudian dimanfaatkan sebagai modal branding politik. Riset ini juga menekankan bahwa efektivitas strategi kampanye sangat bergantung pada penggunaan

komunikasi politik yang adaptif, seperti pemanfaatan media sosial, komunikasi tatap muka, serta strategi door to door yang disesuaikan dengan situasi pandemi Covid-19.

Kedua, penelitian dengan judul Strategi Komunikasi Calon Legislatif Muda pada Pemilu DPRD Kabupaten Banyuwangi Tahun 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus, yang dianalisis berdasarkan aspek sumber, pesan, saluran, sasaran, dan efek komunikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa calon legislator muda menghadapi tantangan berupa rendahnya kepercayaan publik karena dianggap belum berpengalaman, sehingga strategi komunikasi yang efektif harus mengedepankan pendekatan persuasif, pemanfaatan media sosial, alat peraga, serta keterlibatan langsung dengan masyarakat. Riset ini juga menekankan pentingnya legitimasi politik yang dibangun melalui komunikasi inovatif dan responsif terhadap kebutuhan Masyarakat (Haque et al. 2024).

Ketiga, penelitian selanjutnya dengan judul Analisis Strategi Komunikasi Politik Ganjar Pranowo Melalui Media Sosial Menuju Pemilihan Presiden 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif naratif dengan teknik observasi terhadap unggahan media sosial Ganjar Pranowo di berbagai platform (Instagram, TikTok, Twitter, Facebook, dan YouTube), serta analisis literatur pendukung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik Ganjar berfokus pada personal branding melalui konten yang menekankan kedekatan dengan masyarakat, penyampaian program kerja (seperti janji menciptakan 17 juta lapangan kerja), serta keterlibatan langsung dengan netizen melalui interaksi di media sosial. Riset ini menekankan bahwa media sosial menjadi instrumen penting dalam memperkuat citra politik, meningkatkan elektabilitas, dan membangun legitimasi di kalangan generasi muda (Febriani Daud and Fatchuriza 2025).

Berdasarkan penelitian-penelitian yang telah dipaparkan di atas, belum ada penelitian yang secara khusus mengkaji strategi komunikasi politik calon legislatif di Tangerang Selatan dalam konteks Pemilihan Legislatif 2024, terutama yang berfokus pada tokoh Sudiard. Penelitian terdahulu banyak membahas strategi kemenangan kepala daerah (Clarisa Arfiandani 2022), komunikasi politik calon legislatif muda di tingkat kabupaten (Haque et al. 2024), maupun strategi personal branding kandidat presiden melalui media sosial (Febriani Daud and Fatchuriza 2025). Namun, studi yang mengulas bagaimana strategi komunikasi politik dijalankan oleh seorang kandidat legislatif di wilayah perkotaan strategis seperti Tangerang Selatan masih sangat terbatas.

Oleh karena itu, penelitian ini mencoba mengisi kekosongan tersebut dengan menyoroti pengalaman Sudiard dalam membangun komunikasi politiknya. Penelitian ini bertujuan untuk melihat Strategi Komunikasi Politik Sudiard dalam Pemenangan Pemilihan Legislatif Tangerang Selatan 2024, dengan menggunakan teori komunikasi politik Nimmo, teori komunikasi massa McQuail, serta konsep Grassroots Campaign. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris terhadap kajian komunikasi politik, khususnya dalam konteks strategi kemenangan pemilu legislatif di tingkat daerah perkotaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka yang dipadukan dengan wawancara. Pemilihan pendekatan kualitatif didasarkan pada tujuan penelitian, yaitu untuk memahami secara mendalam peran komunikasi politik dalam kemenangan anggota legislatif DPRD Kota Tangerang Selatan dari Partai Kebangkitan Bangsa pada Pemilu 2024. Menurut Creswell (2016), penelitian kualitatif

berfokus pada upaya menggali makna, memahami pengalaman, serta menelusuri strategi yang dijalankan aktor dalam konteks sosial tertentu. Oleh karena itu, pendekatan ini dianggap relevan untuk mengkaji strategi komunikasi politik, yang tidak dapat sepenuhnya dipahami melalui pengukuran kuantitatif.

Pengumpulan data dilakukan melalui dua teknik utama. Pertama, studi pustaka dengan menelaah berbagai literatur yang relevan, seperti buku, artikel jurnal, laporan penelitian, serta pemberitaan media massa. Studi pustaka berfungsi untuk membangun kerangka teoritis sekaligus memperkaya analisis dengan temuan-temuan sebelumnya (Wong et al. 2014). Kedua, wawancara mendalam dilakukan secara semi-terstruktur kepada salah satu anggota DPRD Kota Tangerang Selatan dari Partai Kebangkitan Bangsa yang berhasil terpilih pada Pemilu 2024. Teknik wawancara semi-terstruktur dipilih karena memberikan fleksibilitas bagi peneliti untuk mengeksplorasi jawaban narasumber, sekaligus menjaga fokus pada pertanyaan-pertanyaan pokok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi Politik Sudiar

Strategi komunikasi politik merupakan aspek fundamental dalam menentukan keberhasilan seorang kandidat dalam kontestasi elektoral. Menurut Nimmo (2000), komunikasi politik tidak hanya sebatas penyampaian pesan satu arah dari kandidat kepada pemilih, melainkan merupakan proses interaksi timbal balik yang membentuk persepsi, sikap, dan keputusan politik masyarakat. Dalam konteks ini, efektivitas komunikasi sangat ditentukan oleh sejauh mana seorang kandidat mampu menyesuaikan pesan politiknya dengan kebutuhan dan karakteristik publik yang dituju.

Berdasarkan hasil wawancara, Sudiar menjelaskan bahwa dalam menghadapi Pemilu Legislatif 2024 ia menerapkan kombinasi antara strategi tatap muka langsung dan pemanfaatan media sosial. Ia menyebutkan bahwa, “pada saat 2024 lalu saya melakukan kombinasi strategi komunikasi dengan bertatap muka langsung, karena pemilih itu ingin sekali calon yang mereka akan pilih nanti itu mereka kenal”. Melalui tatap muka tersebut, Sudiar memperkenalkan diri dan program-programnya secara langsung kepada masyarakat di enam kelurahan dalam daerah pilihannya, yaitu Rempoa, Rengas, Pondok Kranji, Cempaka Putih, Pisangan, dan Cirendeui. Kegiatan ini dilakukan dalam berbagai forum seperti majelis taklim, kegiatan kepemudaan, serta pertemuan RT/RW.

Pendekatan tatap muka ini sejalan dengan konsep Grassroots Campaign (Shea et al. 1996), yang menekankan pentingnya komunikasi politik berbasis kedekatan personal dan interaksi langsung di tingkat akar rumput. Melalui metode ini, Sudiar berupaya membangun kepercayaan masyarakat, memahami karakteristik sosial pemilih, serta memperkuat legitimasi politiknya di mata konstituen. Ia menambahkan, “kita datang ke semua wilayah yang termasuk dalam dapil kita supaya masyarakat mengenal kita sebagai calon...agar suara kita merata di semua kelurahan di dapil”. Hal ini menunjukkan bahwa strategi tatap muka digunakan tidak hanya sebagai sarana sosialisasi, tetapi juga sebagai bentuk pemetaan politik (mapping) untuk menentukan target suara secara lebih efektif.

Selain melakukan kampanye langsung, Sudiar juga memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan komunikasi politik. Ia menyatakan bahwa media digital digunakan untuk menjangkau masyarakat yang tidak sempat ditemui secara tatap muka, serta memperkenalkan kinerja yang telah ia lakukan selama periode pertama jabatannya. Pendekatan ini relevan dengan teori komunikasi massa (McQuail 2005), yang menegaskan bahwa media memiliki peran penting dalam membentuk opini

publik, memperluas eksposur kandidat, dan mengonstruksi realitas politik melalui agenda dan framing. Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian (Yanti et al. 2024), yang menyatakan bahwa media sosial berperan signifikan dalam meningkatkan partisipasi politik dan membentuk persepsi publik terhadap kandidat selama Pemilu 2024. Melalui interaksi di ruang digital, kandidat dapat memperkuat citra politiknya sekaligus membangun komunikasi dua arah dengan pemilih.

Dengan demikian, strategi komunikasi politik Sudiar mencerminkan sintesis antara pendekatan akar rumput dan pemanfaatan media digital. Pendekatan tatap muka membangun kedekatan emosional dan legitimasi sosial, sementara media sosial memperkuat visibilitas dan jangkauan informasi. Strategi ini sejalan dengan prinsip Nimmo bahwa keberhasilan politik ditentukan oleh kemampuan kandidat dalam mengelola pesan, memilih saluran komunikasi yang tepat, dan menjalin hubungan berkelanjutan dengan publik. Melalui kombinasi dua pendekatan tersebut, Sudiar berhasil menampilkan diri sebagai sosok yang dekat dengan masyarakat sekaligus adaptif terhadap perkembangan teknologi komunikasi modern, menjadikan strateginya relevan, efektif, dan kontekstual dalam peta politik Pemilu Legislatif 2024.

Peran Sudiar dalam Perancangan dan Implementasi Strategi

Dalam komunikasi politik, kandidat bukan hanya sekadar objek yang menyampaikan pesan, tetapi juga merupakan aktor utama yang merancang, mengarahkan, dan memastikan pesan politik dapat tersampaikan dengan efektif kepada publik. Menurut (Nimmo 1978), keberhasilan komunikasi politik sangat dipengaruhi oleh peran aktif aktor politik dalam mengelola pesan, memilih strategi, serta menjaga kontinuitas hubungan dengan konstituennya. Dengan demikian, seorang kandidat yang berperan langsung dalam proses perencanaan dan implementasi strategi komunikasi cenderung memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap persepsi dan loyalitas pemilih.

Berdasarkan hasil wawancara, Sudiar menunjukkan keterlibatan yang kuat dalam merancang dan mengimplementasikan strategi komunikasi politiknya. Ia menjelaskan bahwa perencanaan strategi dilakukan melalui proses pemetaan wilayah dan penentuan target suara di setiap kelurahan di Dapil Ciputat Timur. Dalam keterangannya, ia mengatakan, “Kita melakukan mapping untuk target suara... dari enam kelurahan kita lakukan pemetaan supaya target bisa tercapai”. Pendekatan berbasis data ini mencerminkan kemampuan Sudiar untuk berpikir strategis dan sistematis dalam menentukan arah komunikasi politiknya.

Selain pemetaan, Sudiar juga secara aktif mengelola tim sukses dan jaringan politik untuk memperkuat penyebaran pesan di lapangan. Ia memahami bahwa keberhasilan komunikasi politik tidak dapat dicapai secara individual, melainkan melalui kolaborasi dengan berbagai lapisan masyarakat, tokoh lokal, dan relawan yang memiliki kedekatan dengan komunitas di wilayah masing-masing. Hal ini sejalan dengan teori Grassroots Campaign (Shea et al. 1996), yang menekankan bahwa partisipasi langsung kandidat dan koordinasi bersama tim lapangan menjadi elemen kunci dalam membangun dukungan di tingkat akar rumput. Dalam praktiknya, Sudiar melibatkan diri langsung dalam kegiatan masyarakat, seperti menghadiri pertemuan warga, acara keagamaan, dan kegiatan sosial, guna memperkuat citra sebagai wakil rakyat yang aktif dan mudah diakses.

Lebih jauh, peran Sudiar dalam implementasi strategi komunikasi juga terlihat dari kemampuannya menyesuaikan pesan dan pendekatan berdasarkan karakteristik sosial pemilih. Ia menyampaikan bahwa setiap segmen masyarakat membutuhkan gaya komunikasi yang berbeda. Dalam wawancara, Sudiar menuturkan, “Kita harus paham

karakteristik masyarakat... pendekatan terhadap ibu-ibu pengajian, mahasiswa, karang taruna itu berbeda-beda caranya". Pernyataan ini mencerminkan penerapan prinsip komunikasi persuasif dan adaptif sebagaimana dijelaskan oleh Nimmo, bahwa kandidat perlu menyesuaikan gaya komunikasi dengan nilai dan kebutuhan audiens agar pesan politik dapat diterima dengan baik.

Selain mengandalkan pengalaman politiknya, Sudiar juga menunjukkan kemampuan reflektif dan evaluatif dalam menjalankan strategi komunikasi. Ia belajar dari pengalaman periode sebelumnya untuk menentukan wilayah yang perlu difokuskan dan menghindari pemborosan sumber daya. Ia menegaskan pentingnya efisiensi dengan mengatakan, "Yang menjadi pedoman kita adalah efektif dan efisien. Dengan modal itu bagaimana masyarakat bisa memilih". Hal ini menunjukkan bahwa strategi yang ia jalankan bukan sekadar spontanitas, melainkan hasil dari proses evaluasi yang matang berbasis pengalaman, data, dan pemahaman lapangan.

Dengan demikian, peran Sudiar dalam perancangan dan implementasi strategi komunikasi politik mencerminkan karakter seorang politisi yang strategis, adaptif, dan partisipatif. Ia tidak hanya memimpin proses perencanaan dari tingkat konseptual, tetapi juga turun langsung ke lapangan untuk memastikan strategi berjalan efektif. Peran aktif ini memperkuat efektivitas strategi komunikasi yang ia terapkan, sekaligus menegaskan bahwa keberhasilan elektoral bukan hanya ditentukan oleh pesan yang disampaikan, tetapi oleh keterlibatan personal kandidat dalam setiap tahap komunikasi politik.

Faktor Internal dan Eksternal yang Mempengaruhi Strategi

Setiap strategi komunikasi politik tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilannya. Menurut (Nimmo 1978), efektivitas komunikasi politik sangat bergantung pada kemampuan aktor dalam membaca konteks sosial-politik serta menyesuaikan strategi dengan kondisi internal maupun eksternal. Faktor-faktor tersebut mencakup kapasitas personal kandidat, dukungan tim, sumber daya yang tersedia, hingga dinamika sosial dan politik di lingkungan pemilih.

Berdasarkan hasil wawancara, Sudiar mengidentifikasi sejumlah faktor internal yang mendukung keberhasilan strateginya, antara lain pengalaman politik, kedekatan dengan masyarakat, serta kemampuan komunikasi interpersonal yang kuat. Sebagai calon petahana dari Partai Kebangkitan Bangsa, Sudiar memiliki pijakan sosial dan jaringan konstituen yang sudah terbentuk sejak periode sebelumnya. Ia menuturkan, "Seorang incumbent itu salah satunya sudah punya pijakan di tiap wilayah, mereka sudah punya basis di tiap wilayah, hingga itu saja sebenarnya dirawat, dilakukan komunikasi yang intens selama periode menjabat". Pengalaman tersebut menjadi modal internal penting yang memperkuat legitimasi politiknya di mata masyarakat. Selain itu, penguasaan wilayah dan kemampuan memetakan basis suara juga menjadi faktor internal yang signifikan. Dengan melakukan mapping suara di setiap kelurahan, Sudiar mampu menentukan prioritas kampanye secara lebih efektif. Hal ini mencerminkan kemampuan strategis dalam perencanaan komunikasi politik sebagaimana dijelaskan dalam teori Nimmo, yaitu pentingnya analisis konteks dan pemetaan audiens sebagai dasar penyusunan strategi persuasi politik.

Dari sisi kelembagaan, dukungan tim sukses dan jaringan partai turut memperkuat pelaksanaan strategi komunikasi. Tim berperan dalam membantu koordinasi kegiatan lapangan, distribusi informasi, serta pengelolaan media sosial. Namun, Sudiar menegaskan bahwa ia tetap memegang kendali utama dalam setiap keputusan strategis

agar komunikasi politik yang disampaikan tetap konsisten dan sesuai dengan citra pribadinya.

Sementara itu, terdapat pula faktor eksternal yang menjadi tantangan dalam pelaksanaan strategi komunikasi politik, di antaranya keterbatasan waktu, kondisi sosial masyarakat yang beragam, dan perbedaan karakteristik antarwilayah. Sudiar menjelaskan, "Tiap-tiap wilayah itu karakter masyarakatnya berbeda-beda... pendekatan terhadap ibu-ibu rumah tangga, mahasiswa, dan karang taruna tentunya berbeda-beda caranya". Pernyataan ini menunjukkan bahwa perbedaan latar sosial menuntut fleksibilitas strategi komunikasi agar pesan dapat diterima secara efektif oleh berbagai kelompok masyarakat.

Selain faktor sosial, kendala waktu dan sumber daya juga menjadi hambatan eksternal yang dihadapi. Sudiar mengungkapkan bahwa padatnya jadwal dan keterbatasan waktu menyebabkan tidak semua wilayah dapat dikunjungi. Ia mengatakan, "Ada wilayah-wilayah yang memang tidak tersentuh karena waktu terlalu padat, jadwal terlalu padat... jadi wilayah yang mau kita datangi itu kita pilih-pilih supaya lebih efektif dan efisien". Strategi selektif ini menunjukkan adanya upaya untuk menyeimbangkan efisiensi sumber daya dengan efektivitas komunikasi politik.

Jika dilihat melalui perspektif teori (McQuail 2005), kondisi eksternal seperti karakter masyarakat dan lingkungan media turut memengaruhi cara kandidat berkomunikasi dan membangun citra publiknya. Dalam konteks ini, Sudiar menyesuaikan pesan dan saluran komunikasi dengan perkembangan sosial, termasuk pergeseran perilaku pemilih muda yang lebih aktif di media digital. Selain itu, teori Grassroots Campaign juga menjelaskan bahwa keterbatasan struktural dan sosial justru dapat diatasi melalui pendekatan personal dan komunikasi tatap muka yang berkelanjutan di tingkat komunitas. Dengan demikian, faktor-faktor internal seperti pengalaman politik, basis dukungan, dan kemampuan komunikasi menjadi modal penting bagi Sudiar dalam menyusun dan menjalankan strategi komunikasinya. Sementara faktor eksternal seperti keragaman sosial, keterbatasan waktu, serta dinamika politik di lapangan menjadi tantangan yang menuntut adaptasi dan inovasi. Perpaduan antara kemampuan internal dan respons terhadap faktor eksternal inilah yang menjadikan strategi komunikasi politik Sudiar efektif dan relevan dalam konteks Pemilu Legislatif 2024.

Efektivitas Strategi Komunikasi dalam Membangun Citra dan Dukungan Pemilih

Efektivitas strategi komunikasi politik dapat dilihat dari sejauh mana pesan politik yang disampaikan kandidat mampu membentuk citra positif, meningkatkan kepercayaan publik, serta menghasilkan dukungan elektoral yang signifikan. (Nimmo 1978), menegaskan bahwa komunikasi politik yang efektif tidak hanya berorientasi pada penyebaran pesan, tetapi juga pada proses interaksi dua arah antara aktor politik dan masyarakat yang melahirkan kepercayaan serta legitimasi sosial. Dengan demikian, keberhasilan komunikasi politik sangat ditentukan oleh kemampuan kandidat dalam menjaga kesinambungan komunikasi dan memperkuat hubungan emosional dengan pemilih.

Berdasarkan hasil wawancara, Sudiar menilai bahwa strategi komunikasi politik yang ia jalankan berhasil secara konkret dalam memperkuat citra dirinya sebagai wakil rakyat yang dipercaya. Ia menyampaikan, "Dengan terpilihnya kembali saya sebagai perwakilan dari dapil saya, itu membuktikan bahwa strategi politik yang saya terapkan selama ini efektif, dikuatkan lagi dengan bertambahnya jumlah suara dari 3.164 suara lebih menjadi 6.155 suara lebih". Peningkatan perolehan suara dua kali lipat menjadi

indikator nyata bahwa strategi komunikasi yang diterapkan efektif dalam membangun kedekatan dengan konstituen sekaligus memperluas basis dukungan.

Selain itu, efektivitas strategi komunikasi Sudiar juga terlihat dari hubungan berkelanjutan yang ia bangun dengan masyarakat setelah pemilu. Ia menekankan pentingnya pelayanan publik dan keterlibatan sosial sebagai bentuk komunikasi politik jangka panjang. Ia menyatakan, “Masyarakat itu menginginkan wakilnya ketika sudah jadi bisa memberikan pelayanan terbaik... misalnya memfasilitasi pengobatan, pengurusan KTP dan KK, hingga perbaikan infrastruktur” . Bentuk pelayanan ini memperkuat citra dirinya sebagai sosok yang tidak hanya hadir pada masa kampanye, tetapi juga memberikan manfaat nyata bagi masyarakat. Pendekatan tersebut sesuai dengan konsep Grassroots Campaign (Shea et al. 1996), yang menekankan pentingnya komunikasi berbasis pelayanan langsung, kedekatan emosional, dan partisipasi nyata dalam kehidupan sosial masyarakat.

Efektivitas strategi komunikasi Sudiar juga didukung oleh kemampuannya dalam memanfaatkan media sosial secara strategis untuk membangun citra digital yang positif. Dalam hal ini, teori yang dikemukakan oleh (Faradis et al. 2023) dalam jurnal “Media Sosial dan Persepsi Publik: Analisis Strategi Kampanye Digital Calon Presiden Indonesia 2024” sangat relevan. Ahuda menjelaskan bahwa media sosial memiliki kekuatan dalam membentuk persepsi publik melalui tiga aspek utama: personal branding, interaktivitas, dan konsistensi pesan. Kandidat yang mampu menjaga konsistensi antara citra daring dan citra nyata di lapangan akan lebih mudah mendapatkan kepercayaan masyarakat karena dianggap autentik dan transparan.

Strategi yang dilakukan Sudiar mencerminkan tiga aspek tersebut. Melalui akun media sosial pribadinya, ia membagikan aktivitas keseharian, dokumentasi kegiatan reses, serta program-program sosial yang dijalankan. Hal ini bukan hanya memperluas jangkauan komunikasi, tetapi juga memperkuat kesan autentisitas karena masyarakat dapat melihat langsung bentuk kontribusinya di lapangan. Dalam konteks teori (Faradis et al. 2023), praktik ini menunjukkan bagaimana media sosial dapat berfungsi sebagai medium penghubung yang mengintegrasikan citra personal dan kehadiran sosial-politik kandidat di ruang publik digital.

Selain memperkuat citra, efektivitas strategi komunikasi Sudiar juga tercermin dari loyalitas pemilih yang bertahan. Ia menuturkan, “Kalau kita benar-benar bisa membuktikan janji politik dan memberikan pelayanan terbaik, masyarakat akan tetap memilih kita... dan ini terbukti, hampir semua wilayah basis saya tetap memberikan dukungan”. Pernyataan ini memperlihatkan bahwa hubungan yang dibangun tidak bersifat transaksional, melainkan berbasis kepercayaan jangka panjang. Dalam kerangka teori Nimmo, hal ini mencerminkan komunikasi politik yang telah mencapai tahap internalisasi nilai dan identifikasi emosional, di mana pemilih tidak hanya mengenal kandidat, tetapi juga percaya pada komitmennya.

Dari analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa efektivitas strategi komunikasi politik Sudiar terletak pada integrasi antara komunikasi langsung berbasis pelayanan (Grassroots Campaign) dan komunikasi digital berbasis citra (Faradis et al. 2023). Pendekatan ini memperlihatkan bahwa kehadiran fisik dan digital tidak dapat dipisahkan, tetapi saling melengkapi dalam membangun citra politik yang kuat dan kredibel. Melalui strategi yang konsisten, adaptif, dan berorientasi pada kepercayaan publik, Sudiar berhasil memperkuat legitimasi politiknya sekaligus mempertahankan dukungan pemilih dalam Pemilu Legislatif 2024.

SIMPULAN

Berdasarkan keseluruhan dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh Sudiar dalam kemenangan Pemilihan Legislatif Kota Tangerang Selatan tahun 2024 merupakan kombinasi strategis antara komunikasi tatap muka berbasis akar rumput “grassroots campaign” dan pemanfaatan media sosial berbasis digital. Pendekatan ini berhasil menciptakan keseimbangan antara kedekatan emosional dengan masyarakat di tingkat lokal dan visibilitas publik di ruang digital yang lebih luas. Dengan berlandaskan teori komunikasi politik (Nimmo 1978), teori komunikasi massa (McQuail 2005), dan konsep “grassroots campaign” (Shea et al. 1996), strategi Sudiar tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan politik satu arah, tetapi lebih pada membangun interaksi timbal balik yang membentuk persepsi, sikap, dan kepercayaan politik masyarakat terhadap dirinya sebagai kandidat legislatif.

Keberhasilan strategi komunikasi ini tidak terlepas dari peran aktif Sudiar dalam merancang dan mengimplementasikan seluruh proses komunikasi politiknya. Ia tidak hanya menjadi figur yang menyampaikan pesan, tetapi juga menjadi aktor utama dalam menentukan arah strategi, melakukan pemetaan wilayah “mapping”, serta mengelola tim sukses dan jaringan politik. Pendekatan berbasis data dan pengalaman politiknya sebagai petahana menjadi kekuatan internal yang mendukung efektivitas strategi tersebut. Selain itu, kemampuannya dalam menyesuaikan gaya komunikasi dengan berbagai segmen masyarakat seperti ibu rumah tangga, pemuda, dan tokoh masyarakat menunjukkan kecakapan dalam menerapkan komunikasi persuasif yang adaptif terhadap karakter sosial pemilih.

Sementara itu, faktor eksternal seperti keragaman sosial, keterbatasan waktu, dan perbedaan karakteristik wilayah menjadi tantangan yang mampu diatasi dengan strategi efisiensi dan selektivitas. Maka, strategi komunikasi politik Sudiar membuktikan bahwa kombinasi antara komunikasi tatap muka berbasis kedekatan sosial dan komunikasi digital berbasis citra publik merupakan formula efektif dalam membangun dukungan politik di era modern. Pendekatan yang konsisten, partisipatif, dan berbasis kepercayaan publik menjadikan strategi ini relevan dalam konteks politik perkotaan yang heterogen. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi politik tidak hanya diukur dari intensitas kampanye, tetapi juga dari kemampuan kandidat untuk memahami konteks sosial, membangun hubungan emosional, dan menjaga kontinuitas komunikasi dengan masyarakat secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Clarisa Arfiandani. 2022. “Strategi Kemenangan Kampanye Politik Pasangan Benyamin Davnie Dan Pilar Saga Ichsan Dalam Pilkada Tangerang Selatan Tahun 2020.” *Kaos GL Dergisi* 8 (75): 147–54. <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798><https://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002><http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049><http://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391><http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205>
- Emilio Sardini, Mauro Serpelloni. 2011. “An Efficient Electromagnetic Power Harvesting Device for Low-Frequency Applications.” *Sensors and Actuators, A: Physical* 172 (2): 475–82. <https://doi.org/10.1016/j.sna.2011.09.013>.
- Faradis, Nur, Naura Ainya, Al Fauzah, Muhammad Ichsan, and Al Anshori. 2023. “Media Sosial Dan Persepsi Publik: Analisis Strategi KamFaradis, N., Ainya, N.,

- Fauzah, A., Ichsan, M., & Anshori, A. (2023). Media Sosial Dan Persepsi Publik: Analisis Strategi Kampanye Digital Calon Presiden Indonesia 2024. Prosiding Seminar Nasional, 64." Prosiding Seminar Nasional, 643-52.
- Febriani Daud, Rosy, and Muhammad Fatchuriza. 2025. "Analisis Strategi Komunikasi Politik Ganjar Pranowo Melalui Media Sosial Menuju Pemilihan Presiden 2024." Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin 1 (3): 484-98. <https://doi.org/10.63822/gqd1de97>.
- Haque, Izzul, Ash Shiddiqi, Leni Vitasari, and Hary Priyanto. 2024. "STRATEGI KOMUNIKASI CALON LEGISLATIF MUDA PADA PEMILU DPRD KABUPATEN BANYUWANGI TAHUN 2024 Communication Strategy for Young Legislative Candidates in the 2024 Banyuwangi District DPRD Election." Nusantara Hasana Journal 4 (3): Page.
- McQuail, Denis. 2005. McQuail's Mass Communication Theory. 5th ed. Sage Publications.
- Nimmo, D. 1978. "Political Communication and Public Opinion in America." Goodyear Publishing Company.
- Salim, Patrick Winson, and Tundjung Herning Sitabuana. 2024. "Pemenuhan Asas Keadilan Dalam Penerapan Parliamentary Threshold Pada Pemilihan Umum Legislatif Di Indonesia." Jurnal Usm Law Review 7 (3): 1882-96. <https://doi.org/10.26623/julr.v7i3.10907>.
- Shea, Jacqueline E., Michael Hensel, Colin Gleeson, and David W. Holden. 1996. "Identification of a Virulence Locus Encoding a Second Type III Secretion System in Salmonella Typhimurium." Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America 93 (6): 2593-97. <https://doi.org/10.1073/pnas.93.6.2593>.
- Wong, Michael, Judith Soon, Peter Zed, and Wendy Norman. 2014. "Development of a Survey to Assess the Acceptability of an Innovative Contraception Practice among Rural Pharmacists." Pharmacy 2 (1): 124-36. <https://doi.org/10.3390/pharmacy2010124>.
- Yanti, Suntra, Ilham Hudi, Tary Asmawati, Amelia Putri, Widya Pira Astuti, Rahmi Hilatul Hayat, and M Zikri Aryandi. 2024. "Analisis Peran Dan Pengaruh Media Sosial Terhadap Pemilu 2024." KYBERNOLOGY: Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Administrasi Publik 2 (1): 17-7. <https://journal.wiyatapublisher.or.id/index.php/kybernology>.