ACTANOVA DIGITAL ARCHIVE

OPEN ACCESS SCHOLARLY PRESERVATION & PERMANENT REPOSITORY

Komunikasi Politik Tokoh Masyarakat dalam Menghadapi Pemilu 2024 (Studi Kasus pada Tokoh Pemuka Pendapat Desa Jatimulyo Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember)

Authors: Mh Sahal Ali Syabana, Suyono Suyono

Journal: Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital - Vol. 1 No. 1 (2023)

Publisher: Indonesian Journal Publisher

Persistent DOI: https://doi.org/10.47134/jbkd.v1i1.1909

Archived & Retrieved via ActaNova Gateway on: 22 October 2026, 06:49 UTC

DIGITAL PRESERVATION & ARCHIVAL INTEGRITY STATEMENT

This PDF is an authentic, preserved digital version of a peer-reviewed scholarly manuscript deposited into the ActaNova Archival Network. ActaNova guarantees long-term bitstream preservation, cryptographic checksum integrity, and uninterrupted global discovery under Open Archives Initiative Protocol (OAI-PMH) and Google Scholar metadata harvesting.

HOW TO CITE THIS RECORD:

Mh Sahal Ali Syabana, Suyono Suyono. "Komunikasi Politik Tokoh Masyarakat dalam Menghadapi Pemilu 2024 (Studi Kasus pada Tokoh Pemuka Pendapat Desa Jatimulyo Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember)". Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital, Vol. 1 No. 1 (2023). DOI: 10.47134/jbkd.v1i1.1909

ActaNova Journal Metadata Preservation & Discovery Service

Media Digital Publikasi Indonesia

National Open Science & Long-Term Digital Repository Infrastructure

Bitstream Storage Verified | OAI-PMH Compliant | Crossref & DOAJ Compatible

Permanent Archival Node: https://actanova.mediadigitalpublikasi.com/journals

Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital Volume: 1, Nomor 1, 2023, *Hal*: 1-9

Komunikasi Politik Tokoh Masyarakat dalam Menghadapi Pemilu 2024 (Studi Kasus pada Tokoh Pemuka Pendapat Desa Jatimulyo Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember)

Mh Sahal Ali Syabana[1], dan Suyono[2]

[1] Universitas Muhammadiyah Jember; alisahall698@gmail.com
[2] Universitas Muhammadiyah Jember; yon.sulaiman@gmail.com

Abstrak: Jelang PEMILU 2024, banyak informasi yang bertebaran di media. Masyarakat membutuhkan sosok yang mampu memberikan informasi dan pemahaman terhadap situasi politik yang ada. Salah satu Desa yang membutuhkan tokoh masyarakat adalah Desa Jatimulyo. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran tokoh masyarakat dalam menghadapi komunikasi politik di Desa Jatimulyo. Adapun teori yang digunakan dalam pemelitian ini adalah Komunikasi Politik (Nimmo, 1999) yang berpendapat bahwa komunikasi politik adalah peristiwa komunikasi yang dirancang untuk mempengaruhi satu atau lebih individu untuk berbagi pandangan politik yang sama. Dia menambahkan bahwa ada kalanya banyak orang memiliki sudut pandang yang berlawanan. Metode penelitian menggunakan deskriptif kualitatif dengan wawancara mendalam beberapa tokoh masyarakat kepada 5 informan yaitu kepala desa, anggota DPRD, ketua partai, tokoh agama dan guru. Adapun hasil penelitian ini adalah Tokoh masyarakat Jatimulyo dalam mengkomunikasikan pemilu legislatif 2024 ini dengan dua bentuk komunikasi yaitu tokoh masyarakat yang menjadi relawan hanya sebatas menyampaikan informasi kepada masyarakat dan memperkenalkan caleg yang akan di pilih pada saat pemilihan suara. Serta memberikan informasi nomor urut caleg yang mereka kawal. Komunikasi yang di lakukan oleh tokoh masyarakat dengan cara mensosialisakan visi dan misi yang ditawarkan caleg, masyarakat juga diberi gambaran tentang karakteristik caleg serta sifat-sifatnya.

Keywords: Komunikasi Politik, Tokoh Masyarakat

DOI: https://doi.org/ 10.47134/jbkd.v1i1.1909
*Correspondensi: Mh Sahal Ali Syabana dan Suyono
Email: alisahall698@gmail.com
yon.sulaiman@gmail.com

Received: 07-09-2023
Accepted: 18-10-2023
Published: 26-11-2023

Copyright: © 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Abstract: *Ahead of the 2024 ELECTION, there is a lot of information circulating in the media. Society needs a figure who is able to provide information and understanding of the existing political situation. One of the villages that needs community leaders is Jatimulyo Village. Therefore, this research aims to determine the role of community leaders in dealing with political communication in Jatimulyo Village. The theory used in this research is Political Communication (Nimmo, 1999) which argues that political communication is a communication event designed to influence one or more individuals to share the same political views. He added that there are times when many people have opposing points of view. The research method used descriptive qualitative with in-depth interviews with several community leaders with 5 informants, namely village heads, DPRD members, party leaders, religious leaders and teachers. The results of this research are that Jatimulyo community leaders communicated about the 2024 legislative elections using two forms of communication, namely community leaders who volunteered only to convey information to the community and introduce the legislative candidates who would be elected during the voting. As well as providing information on the serial numbers of the legislative candidates they are guarding. Communication carried out by community leaders by socializing the vision and mission offered by legislative candidates, the public is also given an overview of the characteristics of legislative candidates and their qualities.*

Keywords: Political Communication, Public Figures

Pendahuluan

Pemilihan Legislatif atau biasa disebut dengan pemilihan anggota parlemen dilaksanakan setiap lima tahun sekali pada pesta demokrasi di Indonesia. Secara umum diyakini bahwa pemilu digunakan untuk mengisi posisi kepemimpinan (D'Errico, 2019). Jabatan tersebut mulai dari presiden, wakil presiden, dan perwakilan DPR (dewan perwakilan rakyat). Selain itu, terdapat variasi DPR, seperti DPR RI, DPR daerah (Dapil), atau DPR provinsi.

Di Indonesia, pemilihan umum (Pemilu) pada awalnya diadakan untuk memilih wakil dari DPR, DPRD provinsi, dan DPRD. setelah amandemen keempat UUD 1945 tahun 2002. Untuk mengikutsertakan pemilihan presiden dalam rangkaian pemilihan umum, disepakati bahwa pemilihan presiden dan wakil presiden yang semula dilakukan oleh MPR dilakukan secara langsung oleh dan untuk rakyat (Stier, 2018). Selama pemilu tahun 2004, sebagian dari pemilu diadakan untuk pertama kalinya. Berdasarkan UUD No. Tahun 2007, Rejim pemilihan juga mencakup pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah (pilkada) pada tanggal 22 Februari 2007. Secara umum, istilah "pemilihan" lebih sering digunakan untuk menggambarkan proses lima tahunan. pemilihan legislator dan presiden. Karena pemilu berfungsi sebagai sarana untuk memantau oposisi rakyat terhadap wakilnya, maka harus diadakan secara rutin. Karisma (Paran, 1945).

Menggunakan Undang-Undang Nomor 07 Tahun 2017 menyebutkan bahwa Pemilu adalah sarana kedaulatan rakyat untuk memilih anggota DPR, anggota Dewan Perwakilan Daerah, Presiden dan Wakil Presiden, serta anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, yang dilakukan secara adil (de Vreese, 2018). dan jujur dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berdasarkan Pancasila, Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Dalam bab I pasal (1) ayat (1) disebutkan bahwa pemilu adalah sarana kedaulatan rakyat untuk memilih anggota DPR (Harahap & Fahmi, 2019).

Untuk memenangkan salah satu calon masyarakat Desa Jatimulyo Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember, tokoh masyarakat ikut serta mengkomunikasikan visi dan misi kepada masyarakat. Menjadikan tokoh daerah sebagai patokan dalam memilih. khususnya yang berdampak pada kehidupan warga Desa Jatimulyo (Bennett, 2018).

Karena banyak gagasan dalam ilmu komunikasi yang digunakan dalam komunikasi politik, maka ilmu komunikasilah yang berkembang terlebih dahulu, bukan komunikasi politik. Komunikasi politik juga menggunakan konsep-konsep seperti komunikator, pesan, media, komunikan, dan umpan balik. Perbedaan utama adalah bahwa komunikasi politik berfokus pada penyebaran informasi politik (Howard, 2018). Oleh karena itu, definisi komunikasi politik harus diberikan terlebih dahulu. Rusdi Kantaprawira, seorang ahli hukum, mengatakan bahwa gagasan komunikasi politik adalah menghubungkan pemikiran-pemikiran politik dalam masyarakat, baik yang berasal dari internal kelompok, perkumpulan, lembaga, maupun bagian dari kehidupan politik pemerintahan. Rusadi melihat pentingnya komunikasi politik (Yulfi, 2013)

Dan Nimmo menegaskan (1999: 25) Salah satu fungsi partai politik adalah komunikasi politik, yang menyangkut penyaluran berbagai pendapat dan aspirasi masyarakat serta

mengorganisirnya sedemikian rupa sehingga memadukan kepentingan dan menimbulkan kepentingan yang harus diperjuangkan dalam kebijakan publik (*public policy*) kebijakan (Hameleers, 2018).

Pengertian "*opinion leader*". Gagasan ketua penilai, dalam arti sebenarnya, difokuskan pada pelopor penilaian atau orang-orang yang secara resmi memiliki pengaruh di mata publik (Freelon, 2020). Opinion leader adalah orang-orang yang memiliki pengaruh dan berbeda dengan masyarakat lain dalam hal status sosial ekonominya, suatu definisi yang diturunkan dari perspektif sosiologi komunikasi. Selain itu, mereka juga memiliki minat yang tinggi dalam menciptakan masalah; lebih baik dalam menyampaikan masalah daripada orang biasa (Kreiss, 2018).

Masyarakat di Desa Jatimulyo, Kecamatan Jenggawah, Kabupaten Jember, dan beberapa bagiannya menjadi terinspirasi dengan kehadiran tokoh masyarakat. Masyarakat Desa Jatimulyo, Kecamatan Jenggawah, dan Kabupaten Jember seringkali menjadikan tokoh masyarakat seperti kiai, tokoh masyarakat, dan tokoh berpengaruh lainnya sebagai panutan (Pfetsch, 2018).

Tokoh masyarakat di partai politik—PDIP, GOLKAR, PKB, dan PAN—terkait dengan komunikasi politik dalam penelitian ini. Di sisi lain, saat ini belum ada penelitian tentang tokoh masyarakat pada partai politik di Desa Jatimulyo terkait dengan Pileg 2024, sehingga penelitian ini merupakan satu-satunya penelitian yang akan dilakukan pada tahun 2023.

Di Desa Jatimulyo, opinion leader meliputi:

1. Kiai
2. Guru
3. Tokoh Masyarakat

Setiap tokoh politik yang terkait dengan tokoh masyarakat di partai politik memiliki peran tertentu. Tokoh masyarakat Selain itu, masing-masing berkontribusi dalam komunikasi politik (pemuka pendapat). Pengakuan publik terhadap keberadaan partai politik dan calon partai, serta penghargaan publik terhadap popularitas tokoh masyarakat, dapat dicapai melalui publikasi keberadaan partai politik (Gollust, 2020). Alhasil, keputusan para opinion leader untuk mengikutinya telah diambil oleh masyarakat Desa Jatimulyo, Kecamatan Jenggawah, Kabupaten Jember. Dengan kata lain, Masyarakat Desa Jatimulyo, Kecamatan Jenggawah, dan Kabupaten Jember dilarang menentang Opini Pemimpin.

Pemimpin di masyarakat memainkan peran penting, terutama dalam mempromosikan kandidat caleg. (Suyono, 2018).

Metode

Penelitian ini menggunakan strategi penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian dalam ilmu sosial manusia yang menggunakan metode ilmiah untuk mengumpulkan, mengklasifikasikan, menganalisis, dan menafsirkan fenomena, fakta, dan perilaku masyarakat, seperti sikap keagamaan, kecerdasan, pengaruh budaya, dan sejenisnya, untuk menemukan makna, prinsip, pengetahuan , dan metode tersebut dikenal dengan metode penelitian kualitatif. Teori yang diperoleh dari literatur disesuaikan dengan data yang

digunakan (Murdiyanto, 2020). Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk menemukan teori formal dan substantif berdasarkan data.

Metode penelitian menggunakan deskriptif kualitatif dengan wawancara mendalam beberapa tokoh masyarakat kepada 5 informan yaitu kepala desa, anggota DPRD, ketua partai, tokoh agama dan guru. Adapun hasil penelitian ini adalah Tokoh masyarakat Jatimulyo dalam mengkomunikasikan pemilu legislatif 2024 ini dengan dua bentuk komunikasi yaitu tokoh masyarakat yang menjadi relawan hanya sebatas menyampaikan informasi kepada masyarakat dan memperkenalkan caleg yang akan di pilih pada saat pemilihan suara (Rojas, 2019). Serta memberikan informasi nomor urut caleg yang mereka kawal. Komunikasi yang di lakukan oleh tokoh masyarakat dengan cara mensosialisakan visi dan misi yang ditawarkan caleg, masyarakat juga diberi gambaran tentang karakteristik caleg serta sifat-sifatnya.

Hasil dan Pembahasan

Dari segi geografi, Desa Jatimulyo merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember. Jaraknya sekitar 0,1 km dari Kantor Kabupaten Jember dan 20 km dari pusat Kantor Kecamatan. Menurut Data Administrasi Kependudukan Desa Jatimulyo Tahun 2023, terdapat 7.004 kepala keluarga dan 5.530 laki-laki dan 3.474 perempuan di Desa Jatimulyo.

Data tingkat pendidikan, status kesehatan, dan keberlanjutan pranata budaya yang berkembang di Desa Jatimulyo digunakan dalam dokumen RPJM Desa ini untuk menggambarkan situasi sosial Desa Jatimulyo:

a. Layanan pendidikan

Tabel 4.1 Layanan pendidikan Desa Jatimulyo

No	Layanan pendidikan	Jumlah	Satuan
1.	PAUD	1	Unit
2.	TK/RA	2	Unit
3.	SD/MI	3	Unit
4.	SMP/MTS	2	Unit
5.	SMA/MA	1	Unit
6.	Pendidikan luar sekolah (TPQ)	2	Unit

Sumber: RPJM Desa Jatimulyo tahun 2023

b. Data tingkat pendidikan

Status kesehatan, dan keberlanjut pranata budaya yang berkembang di Desa Jatimulyo digunakan dalam dokumen RPJM Desa ini untuk menggambarkan situasi sosial Desa Jatimulyo:

No.	Layanan dan Kasus Kesehatan	Jumlah/Frekwensi	Satuan
1.	Posyandu	5	Unit
2.	Kasus Demam Beradah	-	Kejadian/th
3.	Kasus Malaria	-	Kejadian/th
4.	Kasus Covid 19	-	Orang
5.	Kasus TBC	-	Kejadian/th

6.	Anak/balita Gizi Buruk	-	Orang

Sumber: data puskesmas tahun 2023

Tolak ukur hubungan komunikator-komunikan adalah sebagai berikut: pendekatan, dan pengenalan komunikator.

1. Tolok ukur dan faktor sosial ekonomi: tingkat ekonomi dan pendidikan.
2. Standar budaya politik: terbatas, subjek, dan partisipan.
3. Struktur dan tolok ukur organisasi partai politik: formal, kasual.
4. Model dan standar komunikasi: mudah, tetapi rumit.
5. Tinjauan Tentang Pilkada Serentak

Indonesia menyelenggarakan pemilihan umum kepala daerah—juga dikenal sebagai pilkada—di beberapa daerah secara serentak pada tahun 2018 di tingkat Kota, Kabupaten, dan Provinsi

Masa kampanye menjadi fokus kegiatan ketiga dalam tahapan pelaksanaan pilkada. Untuk memajukan daerah yang akan dipimpinnya jika terpilih nanti, kedua calon pilkada di masing-masing lokasi akan berlomba-lomba mengusung visi dan misinya. dimulai dengan tindakan yang diambil atas nama masyarakat, mengungkapkan pendapat, menawarkan solusi, dan membantu penyelesaian berbagai masalah masyarakat (Feinberg, 2019).

Kampanye dilakukan dengan berbagai alasan, yang utama adalah upaya untuk meyakinkan para pengikut partai yang ada untuk memilih sesuai dengan loyalitas mereka. Kedua, adanya kegiatan untuk lebih mengenal warga negara yang tidak terikat dengan partai tertentu (Serrano, 2020). Ketiga, tujuan kampanye bukan untuk mengalihkan kepercayaan dan nilai-nilai anggota partai, melainkan untuk meyakinkan orang bahwa keadaan akan membaik jika mereka memilih kandidat dari partai lain. dengan kata lain, untuk memberi tahu orang-orang tentang pasangan calon mana yang menurut mereka harus dipilih sebagai pemimpin (Cota, 2019).

Paslon telah memberikan pengaruh terhadap publik dalam berbagai cara. Baik kampanye radio maupun kampanye massal, kampanye tatap muka, memberikan kesempatan kepada kandidat untuk berkomunikasi langsung dengan audiens secara langsung (Castillo-Esparcia, 2020). Selain itu, berbagai media, termasuk media audio, visual, dan audio visual, serta media elektronik dan cetak, digunakan sebagai perantara. Salah satu strategi kampanye yang dianggap berhasil di dunia yang didukung oleh kemajuan teknologi yang sangat maju adalah penggunaan media audio visual, khususnya internet. (Rauf, 1993)

Tokoh masyarakat adalah seseorang yang masyarakatnya sangat menghormatinya dan dapat menjadi faktor yang mempersatukan bangsa dan negara. Tokoh masyarakat merupakan panutan bagi masyarakat yang berkecimpung dalam partai politik yang menggunakan jargon Islam dan memiliki pengaruh keagamaan (Newton, 2020).

Salah satu fungsi partai politik adalah komunikasi politik, yang bertujuan untuk menyalurkan berbagai pendapat dan aspirasi masyarakat serta mengorganisirnya sedemikian rupa untuk memadukan kepentingan dan membentuk kepentingan yang dapat diperjuangkan menjadi kebijakan publik.

A. Faktor-faktor apa yang berperan dalam komunikasi politik dalam menghadapi pemilu 2024?

1. Asumsi komunikasi politik
   Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kejelasan komunikasi politik itu sendiri adalah asumsi komunikasi politik yang dilakukan oleh komunikator tertentu dari sudut pandangnya (Hatcher, 2020). Jika komunikator politik atau praduga komunikan tentang komunikasi politik salah, maka sifat komunikasi politik yang sebenarnya dilakukan oleh mereka yang ditugaskan untuk melaksanakannya dapat berbeda.
2. Posisi Komunikator Politik
   Posisi komunikator politik juga dapat berdampak pada komunikasi politik yang dilakukan oleh seorang komunikator politik. Dalam konteks politik negara, komunikator dalam hal ini bisa pemerintah atau oposisi, anggota legislatif, eksekutif, atau siapapun yang memiliki suara dalam bagaimana pemerintahan Indonesia dijalankan (Papakyriakopoulos, 2020). Cara seorang komunikator politik menjalankan komunikasi politik secara efektif akan dipengaruhi oleh posisi komunikator tersebut.
3. Kuantitas komunikator atau komunikan politik
   Jumlah komunikator atau komunikan yang terlibat dalam korespondensi politik juga dapat mempengaruhi gagasan komunikasi politik yang dilakukan. Karena banyaknya subjek atau objek yang terikat oleh berlangsungnya proses komunikasi politik, maka faktor yang satu ini menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi sifat komunikasi politik (Seixas, 2021). Menurut faktor ini, komunikasi politik dapat dibagi menjadi beberapa bagian.
4. Kekuatan komunikator
   Kekuaran politik komunikator salah satu jenis faktor lain yang berpotensi mempengaruhi sifat komunikasi politik (Lammers, 2018). Tujuan komunikasi politik mungkin untuk membujuk seseorang untuk mengikuti afiliasi politik komunikator jika komunikator memegang posisi politik yang kuat.

Apa itu tokoh masyarakat dan siapa mereka?

Seseorang yang dianggap berpengaruh dalam masyarakat di sekitarnya adalah tokoh masyarakat. Kepala daerah (kepala desa, kepala dusun, lurah), sesepuh, orang yang memiliki kekuasaan (harta, benda), dan orang yang berilmu agama luas adalah contoh tokoh masyarakat.

Tokoh masyarakat Desa Jatimulyo menyatakan, dalam persiapan Pemilu 2024, ormas berperan penting dalam memberikan pendidikan politik yang baik kepada masyarakat. Sebagai pemilih, masyarakat perlu diberikan pendidikan politik yang baik agar dapat memahami bagaimana melakukan pemilu (Colombo, 2018).

Menyikapi Pileg 2024 di Desa Jatimulyo Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember, kesamaan bahasa, budaya, dan kedekatan emosional dengan masyarakat menjadi faktor pendukung sekaligus penghambat dalam komunikasi politik (Farkas, 2021). Karena sikap

fanatik masyarakat dan adanya pilihan-pilihan yang dibuat oleh masyarakat, kendalanya adalah para tokoh masyarakat lebih memilih untuk tidak mengajak masyarakat untuk memilih siapa menghindari pertengkaran (Austin, 2019).

Simpulan

Kajian ini menyimpulkan, berdasarkan pembahasan temuan pada bab sebelumnya, bahwa tokoh masyarakat di Jatimulyo menggunakan tiga cara berkomunikasi dengan partai politik pada saat Pemilu Legislatif 2024: tokoh masyarakat yang secara sukarela menjadi caleg partai semata-mata untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. dan memperkenalkan kandidat yang akan dipilih pada saat pemungutan suara. selain memberikan informasi mengenai nomor urut calon. Tokoh masyarakat berkomunikasi dengan masyarakat dengan cara menyampaikan visi dan misi calon partai masyarakat dan memberikan gambaran tentang karakteristik calon kepada masyarakat.

Setelah masyarakat dipengaruhi oleh pengenalan calon dari salah satu partai, peserta partai atau tokoh masyarakat meminta kesediaan masyarakat untuk memperkenalkannya kepada masyarakat. Ini merupakan kelanjutan dari komunikasi persuasif.

Fakta bahwa orang-orang di Madura berbicara bahasa yang sama membantu tokoh masyarakat berkomunikasi dengan calon dari kedua partai. karena efektifitas pesan yang disampaikan saat komunikasi dipengaruhi oleh penggunaan bahasa yang sama.

Adanya pilihan-pilihan yang telah dipilih oleh masyarakat menyebabkan tokoh masyarakat yang telah menentukan pilihannya cenderung menahan komunikasi politik yang dilakukan oleh tokoh masyarakat peserta partai (PDIP dan GOLKAR). memberikan informasi yang persuasif atau ajakan.

Salah satu faktor pendukung dalam mengkomunikasikan parpol adalah aliran dari kelompok yang sama, yaitu komunitas NU. Secara ideologis, kegiatan komunikasi politik yang dilakukan tokoh masyarakat peserta kedua partai ini tidak terhalang karena mayoritas anggota dan pengurus partai tersebut adalah anggota aliran keagamaan NU.

Daftar Pustaka

Austin, L. (2019). Corporate Social Advocacy as Public Interest Communications: Exploring Perceptions of Corporate Involvement in Controversial Social-Political Issues. *Journal of Public Interest Communications*, *3*(2), 3–31. https://doi.org/10.32473/jpic.v3.i2.p3

Bennett, W. (2018). Rethinking Political Communication in a Time of Disrupted Public Spheres. *Journal of Communication*, *68*(2), 243–253. https://doi.org/10.1093/joc/jqx017

Castillo-Esparcia, A. (2020). Political communication and COVID-19: Strategies of the government of Spain. *Profesional de La Informacion*, *29*(4), 1–22. https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.19

Colombo, M. (2018). The Representation of the "European Refugee Crisis" in Italy: Domopolitics, Securitization, and Humanitarian Communication in Political and

Media Discourses. *Journal of Immigrant and Refugee Studies*, *16*(1), 161–178. https://doi.org/10.1080/15562948.2017.1317896

Cota, W. (2019). Quantifying echo chamber effects in information spreading over political communication networks. *EPJ Data Science*, *8*(1). https://doi.org/10.1140/epjds/s13688-019-0213-9

de Vreese, C. H. (2018). Populism as an Expression of Political Communication Content and Style: A New Perspective. *International Journal of Press/Politics*, *23*(4), 423–438. https://doi.org/10.1177/1940161218790035

D'Errico, F. (2019). Humble Voices in Political Communication: A Speech Analysis Across Two Cultures. *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, *11620*, 361–374. https://doi.org/10.1007/978-3-030-24296-1_30

Farkas, X. (2021). Images, Politicians, and Social Media: Patterns and Effects of Politicians' Image-Based Political Communication Strategies on Social Media. *International Journal of Press/Politics*, *26*(1), 119–142. https://doi.org/10.1177/1940161220959553

Feinberg, M. (2019). Moral reframing: A technique for effective and persuasive communication across political divides. *Social and Personality Psychology Compass*, *13*(12). https://doi.org/10.1111/spc3.12501

Freelon, D. (2020). Disinformation as Political Communication. *Political Communication*, *37*(2), 145–156. https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1723755

Gollust, S. E. (2020). The emergence of COVID-19 in the US: A public health and political communication crisis. *Journal of Health Politics, Policy and Law*, *45*(6), 967–981. https://doi.org/10.1215/03616878-8641506

Hameleers, M. (2018). Start Spreading the News: A Comparative Experiment on the Effects of Populist Communication on Political Engagement in Sixteen European Countries. *International Journal of Press/Politics*, *23*(4), 517–538. https://doi.org/10.1177/1940161218786786

Harahap, R. A., & Fahmi, K. (2019). Analisis Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Sosial Politik UMA*, 1–9.

Hatcher, W. (2020). A Failure of Political Communication Not a Failure of Bureaucracy: The Danger of Presidential Misinformation During the COVID-19 Pandemic. *American Review of Public Administration*, *50*(6), 614–620. https://doi.org/10.1177/0275074020941734

Howard, P. N. (2018). Algorithms, bots, and political communication in the US 2016 election: The challenge of automated political communication for election law and administration. *Journal of Information Technology and Politics*, *15*(2), 81–93. https://doi.org/10.1080/19331681.2018.1448735

Kreiss, D. (2018). Technology Firms Shape Political Communication: The Work of Microsoft, Facebook, Twitter, and Google With Campaigns During the 2016 U.S. Presidential Cycle. *Political Communication*, *35*(2), 155–177. https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1364814

Lammers, J. (2018). Past-focused temporal communication overcomes conservatives' resistance to liberal political ideas. *Journal of Personality and Social Psychology*, *114*(4), 599–619. https://doi.org/10.1037/pspi0000121

Murdiyanto, D. E. (2020). *METODE PENELITIAN: Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai contoh proposal)*.

Newton, K. (2020). Government Communications, Political Trust and Compliant Social Behaviour: The Politics of Covid-19 in Britain. *Political Quarterly*, *91*(3), 502–513. https://doi.org/10.1111/1467-923X.12901

Papakyriakopoulos, O. (2020). Political communication on social media: A tale of hyperactive users and bias in recommender systems. *Online Social Networks and Media*, *15*. https://doi.org/10.1016/j.osnem.2019.100058

Paran, E. M. (1945). PERAN TOKOH MASYARAKAT DALAM MENINGKATKAN. *Ezra Mulya Kharisma Lawing Paran*, 1–4.

Pfetsch, B. (2018). Dissonant and Disconnected Public Spheres as Challenge for Political Communication Research. *Javnost*, *25*(1), 59–65. https://doi.org/10.1080/13183222.2018.1423942

Rauf, M. (1993). TEORI KOMUNIKASI POLITIK. In *komunikasi politik 2010,20UNIKOM,20Chelsa,Jelit,Sandew*.

Rojas, H. (2019). A Call to Contextualize Public Opinion-Based Research in Political Communication. *Political Communication*, *36*(4), 652–659. https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1670897

Seixas, E. C. (2021). War Metaphors in Political Communication on Covid-19. *Frontiers in Sociology*, *5*. https://doi.org/10.3389/fsoc.2020.583680

Serrano, J. C. M. (2020). Dancing to the Partisan Beat: A First Analysis of Political Communication on TikTok. *WebSci 2020 - Proceedings of the 12th ACM Conference on Web Science*, 157–166. https://doi.org/10.1145/3394231.3397916

Stier, S. (2018). Election Campaigning on Social Media: Politicians, Audiences, and the Mediation of Political Communication on Facebook and Twitter. *Political Communication*, *35*(1), 50–74. https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1334728

Yulfi, B. B. (2013). KOMUNIKASI POLITIK PARTAI PERSATUAN PEMBANGUNAN PADA MASYARAKAT MUSLIM DI KABUPATEN PURWOREJO. *KOMUNIKASI POLITIK PARTAI*, 1–77.