



KOMUNIKASI POLITIK PEMENANGAN CALON PASANGAN ANDRA SONI DAN DIMYATI NATAKUSUMAH PADA PILKADA PROVINSI BANTEN 2024

Putri Handayani¹ Ikrimatul Amal² Asnawi³

^{1,3}Universitas Bina Bangsa,

²Universitas Pamulang

Email: putri.handayani@binabangsa.ac.id, dosen03243@unpam.ac.id, srgasnawi@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini membahas strategi komunikasi politik yang digunakan dalam upaya kemenangan calon pasangan Andra Soni dan Dimiyati Natakusumah pada Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Provinsi Banten tahun 2024. Fokus utama penelitian ini adalah bagaimana komunikasi politik dirancang, disampaikan, dan diterima oleh masyarakat pemilih. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, melalui wawancara mendalam, observasi, serta studi dokumentasi terhadap aktivitas kampanye dan media yang digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pasangan calon menerapkan strategi komunikasi yang terintegrasi melalui media sosial, komunikasi tatap muka, serta pendekatan berbasis komunitas. Keberhasilan strategi komunikasi ini didukung oleh pemahaman terhadap segmentasi pemilih, pesan kampanye yang adaptif, serta kolaborasi dengan tokoh lokal dan relawan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi politik yang efektif dan partisipatif menjadi faktor penting dalam meningkatkan elektabilitas pasangan calon dalam kontestasi Pilkada.

Kata Pengantar: Komunikasi Politik, Pilkada, Strategi Kampanye, Banten 2024.

Abstrak

This research discusses the political communication strategy used in the effort to win the candidate pair Andra Soni and Dimiyati Natakusumah in the Banten Province Regional Head Election (Pilkada) in 2024. The main focus of this research is how political communication is designed, delivered, and received by the voting public. This research uses a qualitative approach with a case study method, through in-depth interviews, observations, and documentation studies of campaign activities and the media used. The results showed that the candidate pairs implemented an integrated communication strategy through social media, face-to-face communication, and community-based approaches. The success of this communication strategy was supported by an understanding of voter segmentation, adaptive campaign messages, and collaboration with local leaders and volunteers. This study concludes that effective and participatory political communication is an important factor in increasing the electability of candidate pairs in Pilkada contestation.

Keyword: Political Communication, Pilkada, Campaign Strategy, Banten 2024.

PENDAHULUAN

Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) merupakan salah satu instrumen penting dalam sistem demokrasi di Indonesia yang memberikan ruang bagi masyarakat untuk menentukan pemimpin di tingkat lokal. Pada Pilkada Provinsi Banten tahun 2024, dinamika politik lokal menunjukkan

peningkatan intensitas dalam strategi kampanye dan komunikasi politik antar calon(Sse, 2025). Salah satu pasangan yang menarik perhatian publik adalah pasangan Andra Soni dan Dimiyati Natakusumah yang diusung oleh koalisi partai politik dengan latar belakang yang kuat dan pengalaman politik yang beragam. Dalam konteks kompetisi politik yang semakin kompetitif dan didukung oleh kemajuan teknologi informasi, komunikasi politik menjadi alat utama untuk membangun citra, menyampaikan visi-misi, serta membentuk opini publik(Abda, 2024). Pasangan Andra Soni dan Dimiyati Natakusumah menghadapi tantangan untuk menjangkau beragam lapisan masyarakat Banten yang memiliki karakteristik sosial, budaya, dan politik yang kompleks. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi politik yang efektif, adaptif, dan sesuai dengan kebutuhan serta harapan masyarakat pemilih. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi politik yang digunakan dalam kemenangan pasangan Andra Soni dan Dimiyati Natakusumah, termasuk penggunaan media massa, media sosial, pendekatan personal dan komunitas, serta bagaimana komunikasi tersebut diterima oleh masyarakat. Dengan memahami pola dan efektivitas komunikasi politik dalam Pilkada Banten 2024, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi politik, serta memberikan gambaran bagi praktisi politik dalam merancang strategi kampanye yang lebih baik ke depannya(Menjelang & Di, 2025).

Komunikasi politik merupakan proses penyampaian pesan-pesan politik dari aktor politik kepada publik, baik secara langsung maupun melalui media, dengan tujuan untuk membentuk persepsi, opini, dan perilaku politik masyarakat. Menurut McNair (2003), komunikasi politik adalah “segala bentuk komunikasi yang berfungsi sebagai ekspresi dari tujuan politik, baik oleh individu, kelompok, lembaga pemerintah, atau partai politik dalam rangka mendapatkan dukungan publik.”(Faridah et al., 2021)

Dalam konteks Pilkada, komunikasi politik berfungsi sebagai sarana utama bagi kandidat untuk memperkenalkan diri, menyampaikan visi dan misi, serta membangun citra positif di hadapan masyarakat. Terdapat beberapa konsep utama dalam teori komunikasi politik yang relevan dalam menganalisis strategi kemenangan pasangan calon, antara lain(Pokhrel, 2024).

Model Komunikasi Harold Lasswell Model klasik dari Harold Lasswell menekankan lima unsur utama komunikasi: *Who says what in which channel to whom with what effect*. Dalam konteks ini, aktor politik (Andra Soni dan Dimiyati Natakusumah) sebagai komunikator

menyampaikan pesan kampanye melalui berbagai saluran komunikasi kepada masyarakat pemilih dengan harapan mendapatkan dukungan elektoral.

Teori Agenda-Setting Teori ini menyatakan bahwa media memiliki kemampuan untuk memengaruhi topik yang dianggap penting oleh publik. Melalui strategi komunikasi politik, pasangan calon dapat memanfaatkan media massa dan media sosial untuk membentuk agenda publik, menonjolkan isu-isu yang mereka anggap strategis, dan mengarahkan perhatian pemilih pada tema tertentu, seperti pembangunan, pendidikan, atau kesejahteraan sosial.

Teori Framing Teori framing menjelaskan bagaimana cara penyampaian informasi memengaruhi cara pandang audiens terhadap suatu isu. Dalam kampanye politik, framing digunakan untuk membentuk narasi yang menguntungkan pasangan calon, baik dengan menonjolkan kelebihan diri maupun membandingkan dengan kelemahan lawan politik.

Teori Komunikasi Dua Arah (Two-Step Flow)

Teori ini menunjukkan bahwa informasi dari media tidak langsung diterima oleh masyarakat secara massal, tetapi melalui para opinion leader. Dalam strategi pemenangan, pasangan calon seringkali menggunakan tokoh masyarakat, tokoh agama, atau influencer lokal sebagai jembatan komunikasi yang efektif untuk menjangkau lapisan masyarakat tertentu (Prasetyo & Wati, 2025).

Dengan menggunakan landasan teori-teori di atas, penelitian ini akan menganalisis bagaimana komunikasi politik pasangan Andra Soni dan Dimiyati Natakusumah dirancang dan diimplementasikan secara strategis untuk mencapai kemenangan dalam Pilkada Provinsi Banten 2024. Strategi pemenangan dalam kontestasi Pilkada merupakan serangkaian langkah terencana yang dilakukan pasangan calon dan tim sukses untuk memperoleh dukungan suara sebanyak mungkin. Dalam konteks pasangan Andra Soni dan Dimiyati Natakusumah pada Pilkada Provinsi Banten 2024, strategi pemenangan yang digunakan mencakup aspek komunikasi, struktur organisasi pemenangan, pendekatan ke basis massa, hingga optimalisasi media sosial. Berikut ini adalah beberapa strategi utama yang digunakan. Segmentasi dan Pemetaan Wilayah Pemilih Tim pemenangan melakukan segmentasi wilayah berdasarkan karakteristik demografis, sosial, ekonomi, dan politik masyarakat Banten. Strategi ini memungkinkan penyusunan pesan kampanye yang spesifik dan relevan dengan kebutuhan masing-masing segmen pemilih, baik di wilayah perkotaan maupun pedesaan (Kadir et al., 2024).

Penguatan Citra dan Branding Kandidat Pencitraan pasangan Andra Soni dan Dimiyati Natakusumah dilakukan melalui narasi kepemimpinan yang kuat, religius, dan dekat dengan

rakyat. Kampanye visual seperti baliho, spanduk, dan video profil dikemas dengan citra yang konsisten dan mudah dikenali oleh publik. Optimalisasi Media Sosial dan Digital Campaign Mengingat tingginya penggunaan media sosial di kalangan masyarakat Banten, pasangan calon aktif menggunakan platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube untuk menyampaikan pesan politik, klarifikasi isu, serta membangun kedekatan dengan pemilih muda. Konten-konten visual, video pendek, dan siaran langsung menjadi sarana komunikasi yang efektif dan efisien. Pendekatan Personal dan Komunitas Pasangan calon dan tim relawan secara langsung menyapa masyarakat melalui kegiatan blusukan, dialog publik, pengajian, dan kunjungan ke komunitas lokal. Pendekatan ini bertujuan untuk menciptakan interaksi emosional antara calon dengan pemilih serta membangun kepercayaan publik. Koalisi Partai Politik dan Relawan Didukung oleh koalisi partai politik yang memiliki basis suara kuat di Banten, tim pemenangan membangun kerja sama yang solid antar struktur partai. Selain itu, perekrutan relawan muda, tokoh masyarakat, dan tokoh agama memperluas jangkauan komunikasi dan memperkuat akar rumput. Pengelolaan Isu dan Krisis(Tasrif, 2023)s.

Dalam menghadapi isu negatif atau serangan politik dari lawan, tim pemenangan menggunakan strategi komunikasi krisis yang cepat, terarah, dan terkontrol. Klarifikasi dilakukan melalui juru bicara resmi dan kanal komunikasi resmi untuk menjaga citra dan kepercayaan publik(Azmi et al., 2022).

Penggalangan Dukungan melalui Program Unggulan Visi dan misi pasangan calon dikomunikasikan melalui program-program unggulan yang relevan, seperti peningkatan lapangan kerja, reformasi birokrasi, pendidikan gratis, dan pelayanan kesehatan. Pesan ini disampaikan secara masif dan disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat tiap daerah. Melalui kombinasi antara pendekatan tradisional dan digital, serta keterlibatan langsung dengan masyarakat, strategi pemenangan pasangan Andra Soni dan Dimiyati Natakusumah menjadi instrumen penting dalam membangun basis dukungan yang luas dan solid menjelang hari pemungutan suara(Kadir et al., 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memahami secara mendalam strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh pasangan calon

Andra Soni dan Dimyati Natakusumah dalam Pilkada Provinsi Banten tahun 2024. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali data secara komprehensif mengenai proses, strategi, dan dinamika komunikasi politik di lapangan. Jenis dan Pendekatan Penelitian Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan secara sistematis bagaimana strategi komunikasi politik diterapkan oleh tim pemenang, termasuk media yang digunakan, pesan yang disampaikan, serta respons masyarakat terhadap kampanye yang dilakukan. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data. Data diperoleh melalui berbagai teknik, yaitu Wawancara mendalam dengan tim pemenang, relawan, tokoh masyarakat, dan pemilih di beberapa daerah strategis di Banten. Observasi partisipatif terhadap kegiatan kampanye, baik secara langsung maupun melalui kanal digital seperti media sosial. Dokumentasi, berupa materi kampanye (pamflet, video, postingan media sosial), berita media massa, dan data dari KPU terkait profil pasangan calon dan hasil sementara pemilihan. Teknik Analisis Data Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan metode analisis interaktif dari Miles dan Huberman, yang terdiri dari tiga tahapan. Reduksi data Menyaring data yang relevan dengan fokus penelitian. Penyajian data Menyusun data dalam bentuk naratif, matriks, dan kutipan-kutipan penting. Penarikan kesimpulan: Menganalisis pola, hubungan antar fenomena, serta implikasi strategi komunikasi politik yang digunakan. Validitas Data Untuk menjaga keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi, baik triangulasi sumber (membandingkan informasi dari berbagai narasumber) maupun triangulasi teknik (menggabungkan wawancara, observasi, dan dokumentasi). Validitas diperkuat melalui cross-check dengan data dari media independen dan hasil survei lembaga terpercaya (Amisan et al., 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan temuan utama dari penelitian mengenai strategi komunikasi politik yang digunakan oleh pasangan Andra Soni dan Dimyati Natakusumah dalam Pilkada Provinsi Banten 2024, serta menganalisisnya dengan menggunakan teori komunikasi politik yang relevan. Pola Komunikasi Politik Pasangan Calon Hasil penelitian menunjukkan bahwa pasangan Andra Soni dan Dimyati Natakusumah menerapkan pola komunikasi politik yang bersifat dua arah, dengan memadukan komunikasi top-down (dari calon ke masyarakat) dan bottom-up (respon masyarakat ke tim pemenang). Komunikasi dilakukan secara langsung melalui kampanye tatap muka dan dialog publik, serta secara tidak langsung melalui media sosial, media massa, dan

baliho. Strategi ini sesuai dengan teori *Two-Step Flow of Communication*, di mana tim pemenangan memanfaatkan tokoh masyarakat dan influencer lokal sebagai opinion leader untuk menyebarkan pesan-pesan politik secara lebih efektif. Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Kampanye (Gunawan, 2024).

Platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok digunakan secara aktif untuk menyampaikan visi, program unggulan, serta aktivitas harian pasangan calon. Konten visual yang kreatif, narasi yang menyentuh emosional pemilih muda, serta interaksi langsung melalui siaran langsung (live) menjadi strategi komunikasi digital yang efektif dalam menjangkau generasi milenial dan Gen Z. Hal ini sejalan dengan teori *Agenda-Setting*, di mana media sosial digunakan untuk membentuk wacana publik dan memfokuskan perhatian pemilih pada isu-isu yang diangkat oleh pasangan calon, seperti reformasi birokrasi, pelayanan kesehatan, dan lapangan kerja. Strategi Framing dan Citra Politik Pasangan calon memanfaatkan strategi *framing* dalam membangun citra sebagai pemimpin yang bersih, religius, dan dekat dengan masyarakat. Narasi kampanye banyak mengangkat isu kesederhanaan, rekam jejak, serta kolaborasi antara tokoh muda dan tokoh senior sebagai bentuk keseimbangan pengalaman dan semangat baru. Framing positif ini diperkuat dengan narasi pembandingan terhadap lawan politik, namun tetap dalam koridor etika kampanye. Strategi ini terbukti efektif dalam membentuk persepsi publik yang menguntungkan pasangan Andra Soni–Dimiyati. Peran Relawan dan Tokoh Lokal Tim pemenangan juga melibatkan jaringan relawan yang tersebar di berbagai wilayah Banten. Relawan berperan sebagai komunikator lapangan yang aktif melakukan sosialisasi, membagikan alat peraga kampanye, serta menjadi sumber informasi terpercaya bagi masyarakat. Selain itu, pasangan calon menjalin komunikasi intensif dengan tokoh agama, tokoh adat, dan pemimpin komunitas lokal sebagai strategi penguatan basis suara.

Strategi ini menunjukkan pendekatan personal dan kultural yang sesuai dengan konteks sosial-politik di Banten, yang secara sosiologis masih dipengaruhi oleh figur keagamaan dan komunitas (Syabana & Suyono, 2023).

Efektivitas Komunikasi Politik Dari hasil wawancara dan observasi, mayoritas masyarakat merasa pesan kampanye pasangan Andra Soni dan Dimiyati mudah dipahami dan relevan dengan kebutuhan mereka. Respons publik yang positif terhadap kampanye digital dan kedekatan personal menjadi indikator bahwa strategi komunikasi yang digunakan bersifat partisipatif dan efektif dalam membangun dukungan elektoral. Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa komunikasi

politik yang efektif dalam Pilkada tidak hanya bergantung pada seberapa kuat pesan disampaikan, tetapi juga seberapa relevan, terbuka, dan responsif komunikasi tersebut terhadap kebutuhan masyarakat. Kombinasi antara media digital dan pendekatan tradisional menjadi kunci utama dalam menjangkau spektrum pemilih yang beragam, baik dari sisi usia, pendidikan, maupun geografis. Selain itu, keberhasilan komunikasi politik pasangan Andra Soni dan Dimiyati juga tidak lepas dari pengelolaan isu, kemampuan membentuk citra, serta kerja kolektif antara partai politik pengusung, tim kampanye, dan relawan di lapangan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa komunikasi politik memainkan peran strategis dalam upaya kemenangan pasangan Andra Soni dan Dimiyati Natakusumah pada Pilkada Provinsi Banten tahun 2024. Strategi komunikasi yang diterapkan menunjukkan perpaduan antara pendekatan modern melalui media sosial dan pendekatan konvensional melalui tatap muka serta kerja sama dengan tokoh masyarakat. Pasangan calon memanfaatkan media sosial secara efektif untuk membangun citra, menyampaikan program, dan berinteraksi langsung dengan pemilih, khususnya kalangan muda. Sementara itu, kehadiran relawan dan tokoh lokal menjadi kekuatan penting dalam menjangkau akar rumput dan menciptakan komunikasi politik yang lebih personal dan emosional. Strategi framing, pengelolaan isu, serta pemilihan narasi kampanye yang adaptif menunjukkan bahwa pasangan calon memiliki pendekatan komunikasi yang responsif terhadap dinamika politik dan kebutuhan masyarakat. Hal ini memperkuat posisi pasangan calon di tengah kompetisi politik yang ketat. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan komunikasi politik tidak hanya ditentukan oleh intensitas penyampaian pesan, tetapi juga oleh kualitas interaksi, ketepatan media, dan kesesuaian pesan dengan konteks sosial budaya masyarakat. Komunikasi yang efektif, terarah, dan inklusif menjadi kunci utama dalam meraih kemenangan dalam kontestasi politik lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Abda, Y. (2024). *Strategi Komunikasi Politik Ideal bagi Calon Walikota Dalam Pilkada Aceh 2024*. 0147, 11–12.
- Amisan, P., Pioh, N. R., & Pangemanan, F. N. (2024). Peran Lembaga Penyiaran Sebagai Sarana Komunikasi Politik dalam PILKADA Sulawesi Utara Tahun 2020 di Tengah Pandemi Covid-19. *Academy of Education Journal*, 15(2), 1337–1346.
<https://doi.org/10.47200/aoej.v15i2.2435>

- Azmi, F. A., Amiel, B. Y., Balqis, A., Nabila, I. M., & Arindah, F. (2022). Komunikasi Politik Anies Baswedan Dalam Membentuk Opini Publik Melalui Media Sosial Menjelang Pemilihan Presiden 2024. *PARAPOLITIKA: Journal of Politics and Democracy Studies*, 3(2), 121–141. <https://doi.org/10.33822/jpds.v3i2.6189>
- Cangara, H. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Effendy, O. U. (2006). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Faridah, Suriati, Mulkiyan, Estuningtyas, R. D., & Yusuf, M. (2021). Hambatan Dan Solusi Dalam Komunikasi Politik Di Era Kontemporer. *RETORIKA : Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(1), 1–27.
- Gunawan, T. (2024). Adaptasi Logika Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Politik Gerindra Menjelang Pemilu 2024. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 22(1), 44. <https://doi.org/10.31315/jik.v22i1.7914>
- Kadir, A., Usman, A., & Imam, S. (2024). *Eksaminasi Peran Media Lokal dalam Komunikasi Politik Pilkada Serentak 2024: Studi Kasus di Kota Bima*. 21(2).
- Menjelang, G. Z., & Di, P. (2025). *PEMAHAMAN DAN PRAKTIK KOMUNIKASI POLITIK AKTIVIS PALEMBANG*. 16(1), 79–89.
- Pokhrel, S. (2024). No TitleEΛENH. *Αγαη*, 15(1), 37–48.
- Prasetyo, A. R., & Wati, L. (2025). *Jurnal Riset dan Pengetahuan Nusantara ANALISIS KOMUNIKASI POLITIK TIM KEMENANGAN PEMILIHAN PILKADA PROVINSI BANTEN 2024 Jurnal Riset dan Pengetahuan Nusantara*. 6(1).
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- McNair, B. (2003). *An Introduction to Political Communication* (3rd ed.). London: Routledge.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Nimmo, D., & Combs, J. E. (1992). *Sociological Perspectives on Mass Communication*. London: Routledge.
- Nurudin. (2007). *Komunikasi Politik: Teori, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sse, J. J. (2025). *SOCIAL , SCIENCE , AND ENGINEERING*. 4(2), 185–193.
- Syabana, M. S. A., & Suyono, S. (2023). 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*, 1(1), 9. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v1i1.1909>
- Tasrif, T. (2023). Komunikasi Politik dan Pemilu 2024: Upaya Pemerintah Daerah Kabupaten Bima Menuju Pemilu yang Bermartabat. *Intizar*, 29(2), 136–142. <https://doi.org/10.19109/intizar.v29i2.20167>